

AÑO 25 / NÚMERO 113 / ENERO - FEBRERO 2024

# CONTACT FORUM

## 13° Index Data

Estudio Nacional de  
Centros de Contacto *Inhouse* 2023

Estudio Nacional de  
Centros de Contacto BPO 2023

◉ IMT

# GLOBAL CX FORUM

28° CONGRESO MÉXICO

IMT

THE HUMAN *POWER*

11 al 13 de marzo 2024,  
Hotel Camino Real Polanco, CDMX

El único evento que reúne a más de **1,800 líderes** de la industria de **Customer Experience, Contact Centers y Áreas de Interacción con Clientes en América Latina.**

11 - 13 de marzo



## 1. Knowledge

- Conferencias
- Talleres
- Mejores prácticas
- Tendencias
- Casos de éxito

12 y 13 de marzo



## 2. Showroom Experience

- Soluciones:
- Tecnología
  - Talento
  - Equipamiento
  - Servicios y consultoría

12 y 13 de marzo



## 3. Business & Networking

- Speed Networking
- Round tables
- Eventos de negocios VIP
- Business concierge

Nuevo

12 y 13 de marzo



## 4. Premio CX & EX

- Premio LATAM 13ª Edición
- Premio Nacional 19ª Edición

## PATROCINADORES 2024

AVAYA

Cari AI  
Inteligencia Artificial

DATA  
VOICE

Five9

ipcom

Konecta

LikeNuuk  
Tu aliado digital

mitrol

MC Muñoz  
CORPORATIVO

NICE

PENTAFON  
CONTACT CENTER & CCSP

Resolve.

SI

uContact  
net2phone

Webhelp

wolkvox

zendesk

Escanea para más información  
Teléfono: +52 55 5340 2290 Ext. 4050  
Escríbenos un mail a: [foros@imt.com.mx](mailto:foros@imt.com.mx)



# EDITORIAL



**Eugenia García Aguirre**  
Directora General



**Lourdes Adame Goddard**  
Directora Editorial

El IMT, a través del área de Estudios e Inteligencia de Negocios, realiza anualmente un estudio de los Centros de Contacto y áreas de interacción con clientes en nuestro país, con el fin de tener una visión integral y actualizada del panorama, tendencia y retos que enfrenta esta industria en México.

En esta edición de la revista ContactForum, presentamos el “Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO” y el “Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse*” con el fin de proporcionar a nuestros lectores, líderes empresariales y tomadores de decisiones, información estratégica que les permita comprender el entorno empresarial y tomar acciones para anticiparse a los cambios y asegurar el éxito en un mercado tan dinámico y competitivo como el actual.

Es interesante hacer notar que el 79% de los Centros de Contacto BPO, participantes en el estudio, manifestó que ganaron nuevos clientes en 2023, y en el caso de los *Inhouse* el 44% tiene intenciones de crecimiento para este año, y un 10% considera contratar a un BPO. Estas cifras confirman que el crecimiento de la gestión de la experiencia del cliente en nuestro país es indiscutible, tanto para ofrecer servicios al mercado nacional, como al extranjero.

Los invitamos a revisar con detalle este esfuerzo editorial que estamos seguros será de gran utilidad. Encontrarán en estas páginas aspectos de las particularidades de la operación, la gestión de talento, y los retos y desafíos que consideran los directivos enfrentarán en este 2024.

Una vez más, este reporte nos confirma que México tiene un gran potencial de crecimiento en este sector de la economía. Cabe destacar que actualmente, los Centros de Contacto generan 835 empleos directos aproximadamente y seguramente el próximo año esta cifra será mayor.

**DIRECCIÓN GENERAL**  
Ma. Eugenia García Aguirre

**DIRECCIÓN EDITORIAL**  
Lourdes Adame Goddard

**EDITORA**  
Martha Isabel Schwebel

**DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN**  
Susana Hidalgo

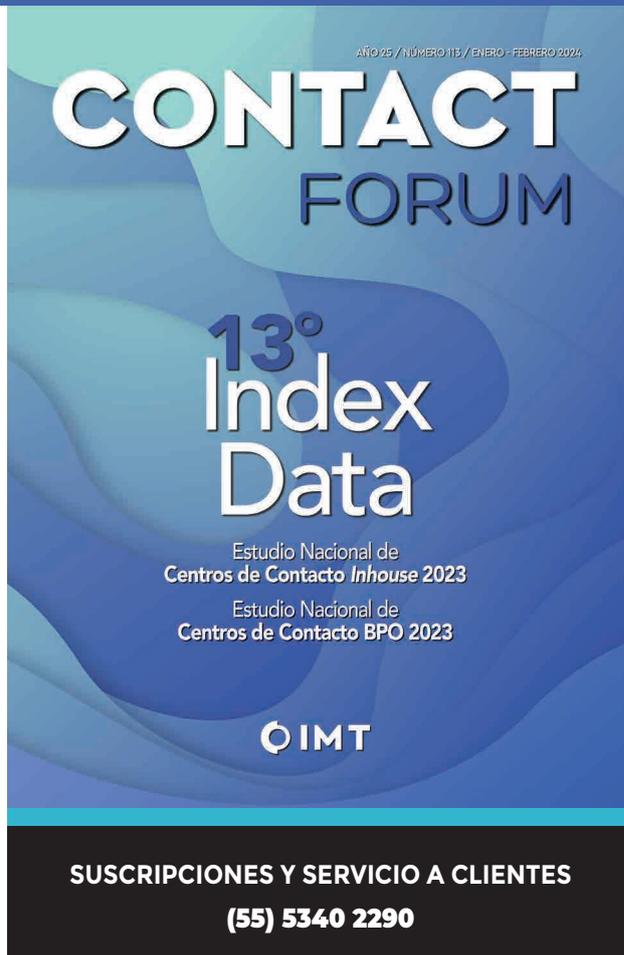
**CORRECCIÓN DE ESTILO**  
Karla Ávila

**COORDINADOR DIGITAL**  
Iván Hernández

**COLABORADORES**  
Liz Centoni  
Óscar Gómez  
Sebastián Menutti  
Ricardo Zermeño

**ESTUDIOS E INTELIGENCIA  
DE NEGOCIO**  
Berenice Hernández  
Jessica Martínez

**PUBLICIDAD Y VENTAS**  
Susana Delgado  
Dulce Morales



#### Editada por el Instituto Mexicano de Teleservicios

ContactForum revista, publicación periódica Enero-Febrero 2024. Editor responsable: María Eugenia de la Paz García Aguirre. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2019-081410205900-102, Fecha de expedición 14 agosto 2019. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido 16150, Domicilio de la publicación: Mercaderes No. 20 - 201, Col. San José Insurgentes, Delegación Benito Juárez, C.P. 03900, Ciudad de México. Imprenta: Prerensa Digital, S.A. de C.V. Andador Caravaggio No. 30, Col. Mixcoac, Delegación Benito Juárez. C.P. 03910. México, D.F. Distribuidor: SEPOMEX. Piedad 50. Col. Piedad Narvarte. Delegación Benito Juárez. C.P. 03100. México, D.F.

# CONTENIDO

## 1 TENDENCIAS

- 6 El *nearshore* en los tiempos de Gen AI.
- 8 Los retos de México frente al *nearshoring*.
- 12 Preparación e integración de la IA.
- 16 Perspectivas sobre innovación digital en 2024.



## 2 CUSTOMER EXPERIENCE

- 20 Navegando hacia el futuro: el papel de los *bots* en la transformación de los Centros de Contacto.



## 3 ESTUDIOS

- 22 Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023.
- 30 Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023.
- 44 Cuadro de empresas de Centros de Contacto BPO 2023.



## 4 EVENTOS

- 60 7º encuentro “Mujeres Líderes CX”: Construyendo un futuro inclusivo.





# EL NEARSHORE EN LOS TIEMPOS DE GEN AI



SEBASTIÁN MENUCCI

Industry Principal,  
Frost & Sullivan

Los proveedores de servicios de experiencia de cliente (CX) están en una encrucijada: cada vez es más lo que se espera de ellos y cada vez es más fuerte la presión competitiva que sufren de parte de otros *vendors* en otras geografías. A esto se suma un contexto económico particularmente adverso, que está aplacando las tasas de crecimiento del mercado global, y provoca cambios bruscos en las tasas de cambios en nuestros países latinoamericanos, que limitan la expansión regional. Aún así, las investigaciones de Frost & Sullivan señalan que el mercado de *nearshore* (es decir, el servicio a Estados Unidos desde centros de atención localizados en América Latina) superará los US\$ 5.200 millones en 2024 y alcanzará casi los US\$ 53.000 millones en ingresos acumulados entre 2021 y 2029.

Vivimos un momento en el que grandes cambios se avizoran para la industria de externalización de servicios de CX. La infusión de una miríada de tecnologías en la jornada del cliente crece día a día y el surgimiento de otras nuevas como la inteligencia artificial generativa (Gen AI, por sus siglas en inglés) pondrán a prueba la capacidad de los proveedores de servicios para poder aprovechar la tecnología con el fin de mejorar la CX, reducir costos, optimizar métricas de performance (KPI) y acelerar tiempos de desarrollo de nuevas soluciones y de llegada de estas al mercado.

Los clientes así lo esperan. Sin importar la industria de la que hablemos (telcos, servicios financieros, *retail* e *eCommerce*, salud, alta tecnología, industria, *delivery*, logística, gobierno, servicios, etc.), las organizaciones están siendo presionadas por sus propios clientes para mejorar su CX. De hecho, de acuerdo con una

encuesta enfocada en América Latina realizada por Frost & Sullivan a tomadores de decisiones de IT, optimizar la CX aparece como el principal objetivo de negocios de las organizaciones para los próximos dos años.

Y es que la dinámica competitiva pasará crecientemente por la experiencia que las marcas puedan brindar a sus clientes. Debido a la proliferación del comercio electrónico y la consolidación del modelo "Direct2Consumer", es crecientemente sencillo para los consumidores hacerse con casi cualquier producto o servicio de acuerdo con sus necesidades de precio y calidad. En este sentido, las marcas encuentran especialmente difícil diferenciarse basadas en estos factores.

Al mismo tiempo, las expectativas de los clientes parecen no tener techo. Los consumidores buscan contactos personalizados, eficientes y sin complicaciones cuando interactúan con las empresas. No estar a la altura del desafío puede tener resultados devastadores para una compañía, incluyendo una mayor rotación de clientes, la desaceleración del crecimiento o una disminución en los márgenes. La lealtad del cliente nunca estuvo tan en entredicho como hoy cambiar de producto o proveedor de servicio está a solo un clic de distancia. Y una mala CX puede llevar precisamente a eso: clientes que se van.

Debido a todo esto, la tarea de los proveedores de servicios de CX es cada vez más importante. Pero también es cada vez más desafiante: de acuerdo con una encuesta de Frost & Sullivan realizada a cabezas de centros de contacto, el 49% de las organizaciones han experimentado un crecimiento en el número de interacciones con cliente, mientras que el 44% adicional señala que no ha visto menos contactos, lo cual agrega una cuota extra de complejidad a manejar el creciente número de relaciones con clientes.

**La buena noticia es que el uso intensivo de la tecnología parece venir al rescate. Si bien prometedora, la primera generación de inteligencia artificial fue a menudo compleja, requirió mucho tiempo, fue costosa y, en ocasiones, difícil de implementar.**

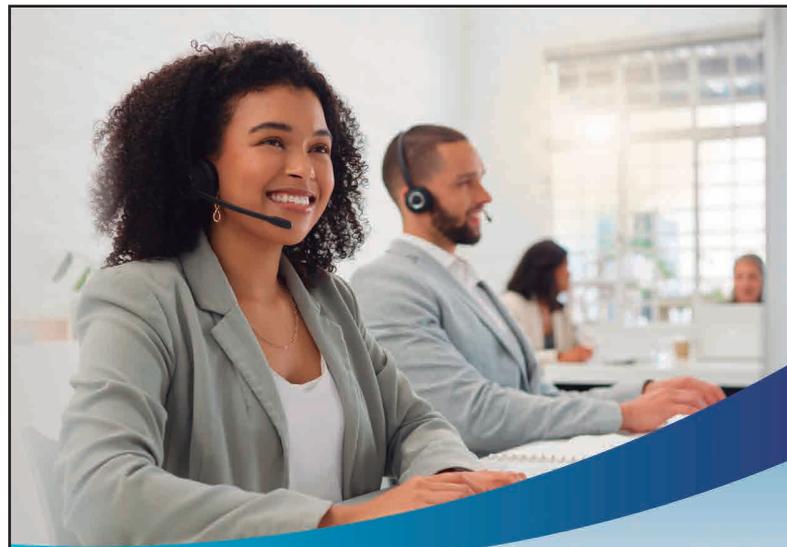
Esta próxima generación de IA promete mejorar drásticamente esos factores.

De esta forma, se podría ver Gen AI como AI 2.0 para el centro de contacto, ayudando a las empresas a implementar soluciones avanzadas y obtener mejores resultados. Los aumentos de productividad podrían ser enormes. Por ejemplo, considerando solo el tiempo promedio de manejo (AHT), diferentes soluciones sugieren una reducción del 30% al 50%, lo que podría cambiar las reglas del juego en una industria que depende en gran medida del capital humano.

Sin embargo, la innovación introducida por Gen AI podría no conducir necesariamente a un aumento de nuevas aplicaciones, sino que podría ampliar drásticamente las capacidades de los existentes, acelerando su tiempo de comercialización. Algunos casos de uso que ya estamos viendo son el resumen posterior a la llamada o interacción con el cliente, la optimización de los sistemas de manejo de información (KMS) haciendo llegar la información correcta al agente en el momento justo, y la generación rápida de respuestas basadas en texto.

¿Qué podemos esperar ver en el mediano plazo? La Gen AI acelerará drásticamente nuestra capacidad para interactuar con datos no estructurados y haciéndolos más disponibles, lo cual es el punto neurálgico para habilitar mayores niveles de personalización. Para esto es fundamental la construcción de un data lake que contenga toda la información de nuestros clientes.

Los proveedores de servicios de CX que puedan trasladar estos beneficios a sus clientes son los que se mantendrán en el mercado. Es hora de que cada uno se pregunte si está a la altura para manejar los cambios venideros. Su relevancia para sus clientes dependerá de ello. 



## Somos los expertos que pueden **transformar tu negocio**

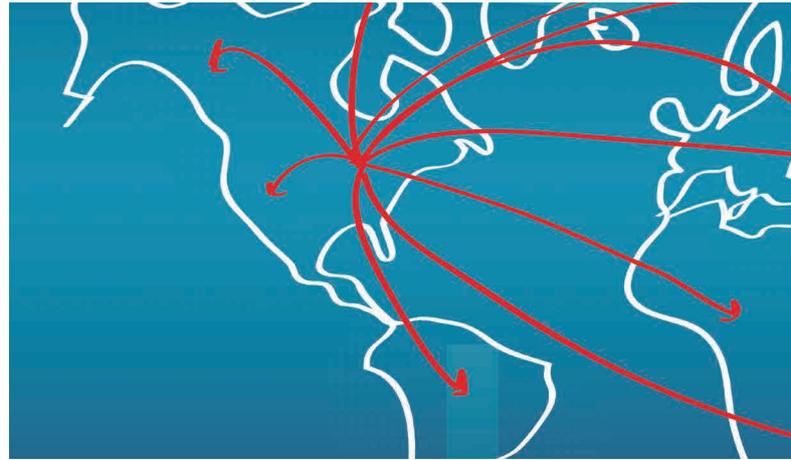
- Operación 24/7/365
- Reducción de costos operativos
- Plataformas tecnológicas
- Servicio nearshore

 **001-880-684-2276**

[confiebpo.com](http://confiebpo.com)

 **confie | BPO**

# LOS RETOS DE MÉXICO FRENTE AL NEARSHORING



IVÁN HERNÁNDEZ

En la actualidad, México se vislumbra como un territorio sumamente atractivo para la relocalización de las cadenas productivas, sobre todo por la cercanía que se tiene con Estados Unidos, el cual posee uno de los mercados más competitivos a nivel mundial. No obstante, trasladar procesos e incluso infraestructura, trae consigo grandes oportunidades y retos, mismas que las organizaciones deben tomar en cuenta para mantenerse vigentes.

En nuestro país, este fenómeno conocido como nearshoring se ha convertido en una estrategia para generar empleo, aprovechar ventajas competitivas, adoptar más y mejor tecnología, así como fomentar la productividad, innovación y creatividad de los distintos sectores económicos. Además, se han establecido acuerdos comerciales con los países vecinos, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el cual ha sido renovado recientemente y ahora se conoce como el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). Este acuerdo en particular ha generado un entorno favorable para la inversión extranjera y ha promovido la integración económica de las tres naciones.



**(Moderador) Jonathan Ruiz, Director General de Proyectos Especiales y Ediciones Regionales, El Financiero; Idelfonso Guajardo, Exsecretario de Economía del Gobierno de la República; Antonio Arranz, CEO DHL Express; Wolfgang Dold, Embajador de Alemania y Sergio Salomón Céspedes Peregrina, Gobernador de Puebla.**

Por esta razón, la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX CDMX), auspició uno de los eventos más importantes en favor de la economía y los negocios del país, el “*Encuentro Nearshoring Talks 2023*”, en el que se dieron cita líderes empresariales de diferentes sectores económicos, así como funcionarios gubernamentales de diferentes estados de la república, a fin de conversar sobre los retos y las oportunidades que existen para optimizar el comercio global y la colaboración económica en un mundo que se regionaliza, y cómo podrían ser las futuras relaciones comerciales entre América del Norte, Europa y Asia.



# CALLFASST

CONTACT CENTER



*“Estamos convencidos que el nearshoring es un elemento clave para impulsar un desarrollo inclusivo, crear mejores empleos e integrar a las micro y pequeñas empresas a las cadenas globales de valor. Este fenómeno, es hoy por hoy la oportunidad más clara que tiene México para impulsar un cambio estructural en la economía nacional, uno muy similar al que vivimos en 1994 con la entrada en vigor del TLC de América del Norte”, mencionó durante la presentación del evento, Juan José Sierra, Vicepresidente Nacional de Centros Empresariales y Federaciones, COPARMEX.*

De acuerdo con los expertos presentes en el evento, la clave se encuentra en analizar algunos puntos específicos; como una infraestructura adecuada, que permita realizar conexiones correctas entre los mercados y se puedan desarrollar proyectos integrales para que las inversiones lleguen a prácticamente todo el territorio mexicano.

Otro de los retos más significativos que se evaluaron para que evolucione de manera significativa el nearshoring en nuestro país fue la digitalización, ya que esta herramienta facilita y agiliza los procesos de rastreo, monitoreo y facturación. Aquellas empresas que adopten mejores estrategias tecnológicas y digitales serán las que puedan ofrecer mejores costos, mayor calidad, menor tiempo de entrega y en general, mejores experiencias a los clientes transnacionales.



**MÁS DE 20 AÑOS**  
SIENDO EL CONTACTO  
**CON LOS CLIENTES**  
DE NUESTROS CLIENTES



ATENCIÓN A CLIENTES | COBRANZA



SOPORTE TÉCNICO | TELEMARKETING

[www.callfasst.com](http://www.callfasst.com)  
[info@callfasst.com](mailto:info@callfasst.com)

## TENDENCIAS

*“Uno de nuestros objetivos como nación es mejorar en infraestructura: transporte, carreteras, telecomunicaciones, puertos, aduanas y, en general, todo aquello que tenga que ver con el traslado de mercancías; sin embargo, nuestra prioridad es que las empresas tengan la certeza de que la ley se cumple, que se tiene un estado de derecho y una paz garantizada”,* agregó Armando Zúñiga, Presidente de COPARMEX CDMX.



Pero, para que esta estrategia trascienda y se convierta en un catalizador real para alcanzar el éxito, es necesario contar con talento capacitado y especializado. Las inversiones en programas de desarrollo profesional, capacitación continua, beneficios personalizados, cuidado de la salud física y mental, además de la promoción de un entorno laboral inclusivo y colaborativo, son solo algunas de las estrategias para nutrir y perseverar el talento y, de esta forma, aprovechar los beneficios que el nearshoring representa para las organizaciones y la economía del país.

*“Es indispensable invertir en educación y capacitación para mejorar la cantidad y la calidad del capital humano especializado; lo que se quiere evitar es que México sea un país de mano de obra barata y se transforme en una nación de mano de obra calificada, sin embargo, para llegar a ello, es importante trabajar en conjunto con las organizaciones, pero sobre todo, con las instituciones educativas a nivel superior”,* puntualizó Zúñiga.

Capitalizar las oportunidades que ofrece esta práctica exige sin duda competitividad, tecnología, inversión y talento, pero también una gran capacidad de liderazgo sustentable.

Por ello, durante el diálogo que se tuvo sobre los beneficios y retos de la relocalización se priorizó el ser conscientes sobre el impacto económico y ambiental que representa una cadena de suministro eficiente, considerando al *nearshoring* como una práctica recurrente y necesaria a corto, mediano y largo plazo.

Ejemplo de ello, es que, al acortar distancias en la cadena de suministro, el *nearshoring* contribuye directamente a la reducción de la huella de carbono asociada con el transporte internacional. Menos kilómetros de viaje significan menos emisiones de gases de efecto invernadero, una excelente opción para aquellas empresas comprometidas con la mitigación del cambio climático.

Con la implementación del nearshoring, es posible desarrollar un plan de descarbonización para el transporte e instituir estándares para estaciones de carga de vehículos eléctricos en las fronteras, pero no solo eso, otros aspectos importantes en materia de sustentabilidad también son:

- Potenciar la producción y el mercado de semiconductores.
- Desarrollar el capital humano de la región.
- Reducir emisiones de metano.
- Reducir desperdicios alimenticios.
- Eficiencia energética.

Al respecto, Juan José Sierra, mencionó: *“Desde Coparmex estamos trabajando para que todas las regiones del país puedan aprovechar el fenómeno del nearshoring, pero, para que esto sea posible hay que superar retos como la incertidumbre jurídica, la inseguridad, la falta de insumos básicos; como energía eléctrica y agua, todos indispensables para propiciar un ambiente adecuado para hacer negocios”.*

**No cabe duda de que el *nearshoring* hoy ocupa un lugar clave en la agenda del país.**

Al adoptar esta práctica, las empresas no solo aseguran su competitividad en el presente, sino que también contribuyen a la construcción de un futuro organizacional más sostenible y centrado en la comunidad. En este equilibrio entre eficiencia y responsabilidad, el *nearshoring* se posiciona como una herramienta valiosa para las empresas que buscan prosperar en el cambiante panorama global.

## Conoce la formación académica más completa de **Customer Experience & Contact Centers a nivel LATAM**

Virtual - Gratuito

Presencial - Con costo

Virtual - Con costo

### FEB

- Webinar**  
Certificación de White Belt  
2 feb
- Curso**  
Ventas con argumentos de Impacto  
29 feb y 1 Mar

### MAR

- Diplomado**  
Desarrollo de Habilidades Gerenciales  
25 mar al 5 ago

### ABR

- Webinar**  
Certificación de White Belt  
5 abr
- Diplomado 1:**  
Gestión de CX y CC  
23 de abr al 22 de ago

### MAY

- Curso**  
El Coaching como herramienta para desarrollo  
23 y 24 may

### JUL

- Diplomado**  
Generando Experiencias Extraordinarias  
15 jul al 27 nov
- Webinar**  
Certificación de Leadership & Management  
19 y 26 jul

### AGO

- Diplomado**  
Programación Neurolingüística e Inteligencia Emocional  
1 ago al 6 dic
- Curso**  
Estrategias de Innovación Comercial Disruptiva  
24 ago
- Diplomado**  
Transformación Digital Gerencial  
27 ago al 5 dic

### SEP

- Diplomado 2:**  
Gestión Avanzada de CX y CC  
20 sep al 7 dic

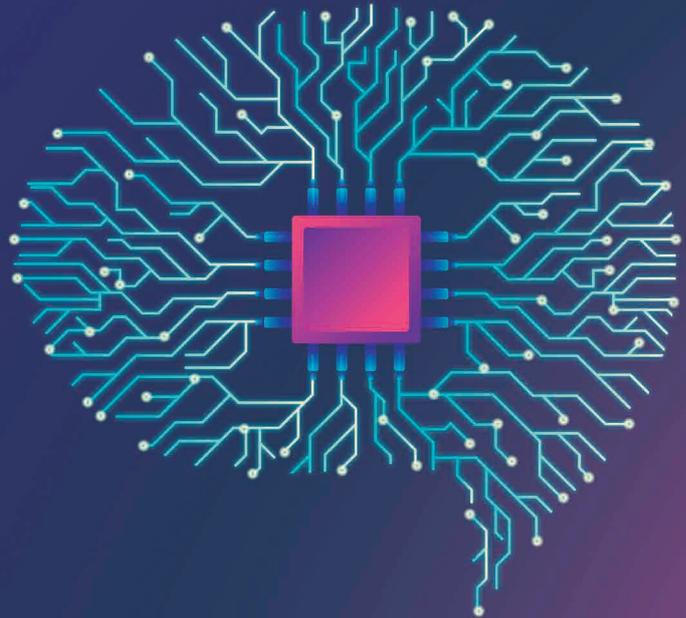
### NOV

- Curso**  
Planeación Estratégica  
28 y 29 nov

¡Descubre más!



# PREPARACIÓN, E INTEGRACIÓN DE LA IA



LIZ CENTONI

Chief Strategy  
Officer y Directora  
General de  
Aplicaciones  
Cisco Systems



La tecnología sigue evolucionando a un ritmo sin precedentes y las predicciones sobre las próximas tendencias son siempre tema de debate; ¿qué es real y qué es exagerado?

Aunque siempre hay una oleada de entusiasmo en torno a la próxima gran novedad, creo que el año pasado ha sido diferente. Los avances en la IA, especialmente en la IA generativa (GenAI), están dando lugar a un cambio extraordinario en una generación. Está abriendo nuevas y enormes oportunidades, transformando sectores, modos de funcionamiento y trayectorias profesionales.

No es de extrañar que este año se hable mucho sobre IA con predicciones que están llenas de “inspiración automatizada”.

El “Índice de Preparación para la IA” de Cisco reveló que el 95% de los encuestados tiene una estrategia de IA en marcha o en desarrollo, pero sólo el 14% está totalmente preparado para integrar la IA en su negocio. ¿Qué se necesita para que las empresas

adopten e integren la IA? ¿Cómo pueden los empresarios aprovechar el cambio para seguir siendo competitivos? ¿Dónde y cómo se cruzarán la innovación y la confianza?

Estas ideas y preguntas han inspirado mis predicciones para las próximas tendencias tecnológicas en 2024:

- 1.-GenAI se expandirá rápidamente en el mundo empresarial con NLI impulsados por GenAI, LLM personalizados, aplicaciones B2B a medida y contexto empresarial.
- Las interfaces de lenguaje natural (NLI) impulsadas por GenAI se esperarán para los nuevos productos y más de la mitad las tendrán por defecto a finales de 2024. La GenAI también se aprovechará en las interacciones B2B con usuarios que exigen soluciones más contextualizadas, personalizadas e integradas. La GenAI ofrecerá API, interfaces y servicios para acceder, analizar y visualizar datos y perspectivas, se generalizará en ámbitos como la gestión de proyectos, la calidad, las pruebas de *software*, las evaluaciones de conformidad y la contratación de personal. Como resultado, aumentará la visibilidad de la IA.

- También seremos testigos del auge de modelos de IA especializados y específicos de cada dominio; un cambio hacia LLM (*Large Language Model*) más pequeños y con mayores niveles de relevancia, precisión y comprensión de nichos de dominio. Por ejemplo, los modelos LLaMA-7B -utilizados a menudo para completar código y realizar *few-shotting*- se adoptarán cada vez más. Además, la combinación multimodal de varios tipos de datos, como imágenes, texto, voz y datos numéricos, con algoritmos de procesamiento inteligente ampliarán los casos de uso de B2B. Así se obtendrán mejores resultados en ámbitos como la planificación empresarial, la medicina y los servicios financieros.

## 2.-Un movimiento a favor del uso responsable y ético de la IA comenzará con marcos claros de gobernanza de la IA que respeten los derechos humanos y los valores.

- La adopción de la IA es un cambio tecnológico extraordinario en una generación y se encuentra en la intersección de la innovación y la confianza. Sin embargo, el 76% de las empresas no cuentan con políticas integrales de IA. En general, estamos de acuerdo en que necesitamos políticas, autocontrol y gobernanza de la industria para mitigar los riesgos de la GenAI. Sin embargo, tenemos que matizar más, por ejemplo, en áreas como la infracción de la propiedad intelectual, donde se extraen fragmentos de obras de arte originales para generar arte digital nuevo. Este ámbito necesita regulación.
- También debemos garantizar que los consumidores tengan acceso y control sobre sus datos en el contexto de la reciente Ley de Datos de la UE. Con la creciente importancia de los sistemas de IA, los datos públicos disponibles pronto tocarán techo y es probable que los datos lingüísticos de alta calidad se agoten antes de 2026. Las organizaciones tienen que cambiar a datos privados y/o sintéticos, lo que abre la posibilidad a accesos y usos no intencionados.
- Las empresas pueden hacer mucho por sí mismas. Los líderes deben comprometerse con la transparencia y la fiabilidad en torno al desarrollo, el uso y los resultados de los sistemas de IA. Por ejemplo, en materia de fiabilidad, las organizaciones deberían abordar el contenido falso y los resultados imprevistos con evaluaciones RAI, una sólida formación de los LLM para reducir la posibilidad de inventar; realizar análisis de sentimientos y modelado de resultados. En 2024, veremos empresas de todos los tamaños y sectores describir formalmente como la gobernanza responsable de la IA guía el desarrollo interno, la aplicación y su uso. Hasta que las empresas tecnológicas puedan demostrar de forma creíble que son dignas de confianza, los gobiernos crearán más políticas.

## 3.-Los consumidores y las empresas se enfrentarán a mayores riesgos derivados de la desinformación, las estafas y los fraudes generados por la IA, lo que llevará a las empresas tecnológicas y a los gobiernos a colaborar para encontrar soluciones.

- La desinformación, las estafas y el fraude posibilitados por la IA seguirán creciendo en 2024 como amenaza para las empresas, las personas e incluso para los candidatos y las elecciones. En respuesta, veremos más inversiones en detección y mitigación de riesgos. Las nuevas soluciones inclusivas de IA protegerán contra las voces clonadas, los *deepfakes*, los *bots* de las redes sociales y las campañas de influencia. Los modelos de IA se entrenarán en grandes conjuntos de datos para mejorar su precisión y eficacia. Los nuevos mecanismos de autenticación y procedencia promoverán la transparencia y la rendición de cuentas.
- En consonancia con los Principios Rectores del G7 sobre IA en relación con las amenazas a los valores democráticos, la Orden Ejecutiva sobre IA Segura de la Administración Biden y la Ley de IA de la UE, también veremos más colaboración entre el sector privado y los gobiernos para aumentar la concientización sobre las amenazas y aplicar medidas de verificación y seguridad. Ve-



No vuelvas a **perder un cliente**

**Tenemos**

**+20**

**soluciones digitales**  
de marca blanca

para ayudarte a:

**Retener y fidelizar** clientes

**Incrementar** tus ingresos

**Disminuir** cancelaciones

**Mejorar** tu oferta comercial



contacto@kinvori.com

remos cooperación para sancionar a los actores deshonestos y garantizar el cumplimiento de la normativa. Las empresas deben dar prioridad a la detección avanzada de amenazas y la protección de datos, la evaluación periódica de vulnerabilidades, la actualización de los sistemas de seguridad y las auditorías exhaustivas de las infraestructuras de red. Para los consumidores, la vigilancia será clave para proteger su identidad, sus ahorros y su crédito.

#### 4.- Avances cuánticos, pero no saltos cuánticos, así seguirá perfilándose el futuro de la criptografía y las redes.

- Seremos testigos de la adopción de la criptografía post-cuántica (PQC) -incluso antes de que se estandarice- como un enfoque basado en *software* que funciona con sistemas convencionales para proteger los datos de futuros ataques cuánticos. La PQC será adoptada por navegadores, sistemas operativos y bibliotecas, los innovadores experimentarán integrándola en protocolos como SSL/TLS 1.3, que rige la criptografía clásica. El PQC también empezará a llegar a las empresas, que intentarán garantizar la seguridad de los datos en el mundo post-cuántico.
- Otra tendencia será la creciente importancia de las redes cuánticas, que en 4 ó 5 años -quizá más- permitirán a los ordenadores cuánticos comunicarse y colaborar para lograr soluciones más escalables. Las redes cuánticas aprovecharán fenómenos cuánticos como el entrelazamiento y la superposición para transmitir información. La QKD (*Quantum Key Distribution*), como alternativa o complemento de la PQC en función del nivel de seguridad y rendimiento requerido, también aprovechará las redes cuánticas. Las administraciones públicas y los servicios financieros, muy exigentes en materia de seguridad y tratamiento de datos, realizarán importantes inversiones e investigaciones en redes cuánticas.

#### 5.- Para liberar el futuro de la personalización impulsada por la IA, las empresas adoptarán el poder y el potencial de la abstracción de las API.

- Las empresas buscarán este año formas innovadoras de aprovechar el inmenso poder y las ventajas de la IA sin la complejidad y el costo de crear sus propias plataformas. Las interfaces de programación de aplicaciones (API) desempeñarán un papel fundamental. Las API actuarán cada vez más como una "capa de abstracción", puentes sin fisuras que integrarán una multitud de herramientas, servicios y sistemas de IA preconstruídos con poca configuración de desarrollo o infraes-

tructura. Con el acceso a una amplia gama de capacidades de IA a través de las API, los equipos automatizarán tareas repetitivas, obtendrán una visión más profunda de los datos y mejorarán la toma de decisiones.

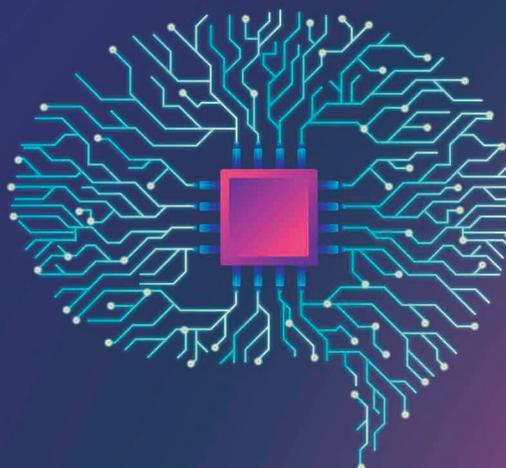
- Este año también marcará el comienzo de una carrera hacia la personalización impulsada por las API, en la que las compañías podrán elegir las y combinarlas de varios proveedores, adaptando fácilmente las soluciones de IA para satisfacer requisitos únicos y novedosos. La flexibilidad y la escalabilidad fomentarán la colaboración sin esfuerzo con expertos externos en IA, *startups* e instituciones de investigación, impulsando un intercambio de ideas y avances revolucionarios. De hecho, estos ecosistemas de "jardines modelo" ya están tomando forma y en 2024 los veremos despegar de verdad.

#### 6.-La IA no puede ser un *greenwash* -lavado verde-: los avances impulsarán aún más el uso de la energía al tiempo que desbloquearán nuevos paradigmas de redes y eficiencia energética.

- La energía sostenible desempeña un papel vital en la lucha contra el cambio climático. Seleccionando modelos de IA más pequeños, con menos capas y filtros específicos para los casos de uso, las empresas empezarán a reducir los costes de consumo de energía en comparación con los sistemas generales. Estos sistemas dedicados se preparan con conjuntos de datos más pequeños y de gran precisión, y realizan con eficacia tareas específicas. En cambio, los modelos de aprendizaje profundo utilizan grandes cantidades de datos.
- La emergente categoría de redes de energía, que combina las capacidades de las redes definidas por *software* y un sistema de energía eléctrica formado por microrredes de corriente continua, también contribuirá a la eficiencia energética. Aplicando las redes a la energía y conectándolas con los datos, se ofrece una visibilidad completa y una evaluación comparativa de las emisiones existentes, así como un punto de acceso para optimizar el uso, la distribución, la transmisión y el almacenamiento de la energía. Las redes de energía también ayudarán a las organizaciones a medir su uso y las emisiones con mayor precisión, a automatizar muchas funciones en TI, edificios inteligentes, sensores IoT, a desbloquear la energía ineficiente y no utilizada. Con capacidades integradas de gestión de la energía, la red se convertirá en un plano de control para medir, supervisar y gestionar el consumo.

7.-El “giro a la izquierda” se traducirá en colaboración, plataformas convergentes modernas y un poco de ayuda de la IA, para revelar una nueva experiencia de programación... y un mejor software.

- A medida que las organizaciones sigan “girando a la izquierda”, el desarrollo de *software* cambiará con nuevas herramientas, enfoques y tecnologías. Los programadores aprovecharán las plataformas y la colaboración -e incluso un poco de ayuda de la IA- para centralizar los conjuntos de herramientas y desbloquear una eficiencia recién descubierta para que puedan centrarse en ofrecer experiencias digitales excepcionales. Por ejemplo, utilizarán CNAPP, gestión de la postura de seguridad en la nube (CSPM) y plataformas de protección de la carga de trabajo en la nube (CWPP) para combatir la proliferación de herramientas, agilizar los flujos de trabajo y eliminar la carga de gestionar herramientas inconexas.
- Algunos seguirán luchando con soluciones puntuales dispares, dejando lagunas de seguridad y problemas en la cadena de suministro de *software*. Los innovadores utilizarán la IA para acelerar la entrega y gestionar tareas tediosas, como las pruebas de defectos y errores. Por el camino, las herramientas de colaboración y los asistentes de IA serán compañeros de confianza, mientras los equipos abordan las complejidades de la seguridad, la visibilidad y la infraestructura. También utilizarán conocimientos derivados de la IA para navegar por las complejidades de los componentes, protocolos y herramientas. Los controles y equilibrios humanos deben garantizar que las decisiones basadas en la IA sean justas, imparciales y acordes con los valores éticos y morales. Creemos que la IA debe aumentar la toma de decisiones humana, no sustituirla.
- La IA ha surgido como catalizador y lienzo del futuro. Ya está en nuestras casas, nuestros coches, nuestras oficinas... y en nuestros bolsillos. Mientras nos maravillamos de los avances conseguidos en poco tiempo, también debemos sopesar los beneficios y los riesgos.
- La confianza entre las personas, los sistemas y herramientas de IA que utilizan es fundamental e innegociable. Esto significa aclarar lo que la IA puede y no puede hacer con nuevos marcos de transparencia de datos y responsabilidad, nuevos esfuerzos para guiar a las personas y a las empresas sobre cómo podría producirse la disrupción, enseñar las habilidades que se necesitarán para los nuevos puestos de trabajo habilitados por la IA, y nuevas formas de colaborar teniendo en cuenta los intereses de las personas.



Es un momento apasionante. Miro a este 2024 con un sentimiento de optimismo y admiración basado en mi profunda convicción de que la confianza es el ingrediente necesario para que se afiance toda nueva ola tecnológica. Lo que es bueno para el mundo, es bueno para las empresas. Juntos, hagamos avanzar la promesa de la IA con confianza. 



Somos expertos en gestión y administración de operaciones a través de **nuestras soluciones y personal especializado.**

Nuestro conocimiento y experiencia nos posiciona como líderes en la industria, ofreciendo servicios que se adecuan a tus necesidades como:

1. Chatbot y RPA (Robotic Process Automation)
2. Plataforma Omnichannel (WhatsApp, RRSS, Chat, Mail)
3. Reconocimiento de voz y Speech Analytics

**¡Acércate con nosotros!**  
Tenemos lo que estás buscando.

 [www.eficasia.com](http://www.eficasia.com)

 **Tel (55) 5322 0450**

 [atencion@eficasia.com](mailto:atencion@eficasia.com)



# PERSPECTIVAS SOBRE INNOVACIÓN DIGITAL EN 2024



**RICARDO ZERMEÑO**  
Director General  
Select



En 2023 Select instauró el Consejo de Innovación Digital, como una iniciativa para estrechar lazos con la comunidad de ejecutivos de tecnología y negocios, evaluar los avances de la transformación y sondear sobre las expectativas para el futuro. Más de 120 consejeros, representando a 100 organizaciones líderes, tanto de iniciativa privada como de organismos públicos, participan en este consejo.

A principios de diciembre 2023, Select invitó a los consejeros a participar en un breve sondeo sobre sus perspectivas para 2024, con dos preguntas cerradas y dos abiertas:

- 1.- ¿En qué porcentaje se va a incrementar el presupuesto de TIC en 2024 con respecto a 2023?
- 2.- Señala las tres innovaciones digitales en las que piensas invertir en 2024.
- 3.- Describe tus principales oportunidades.
- 4.- Describe tus principales amenazas.

**Es de resaltar que el presupuesto TIC de todas las compañías en México, desde las PyMEs hasta los corporativos, crecerá 5.6% en 2024; lo cual es preocupante, debido a que las organizaciones más avanzadas, invertirán más, ampliando la brecha digital.**

A continuación, se resumen las principales conclusiones del sondeo (Este sondeo forma parte de nuestro portafolio de servicios “Necesidades y prioridades de inversión del CIO 2024”).

## CRECIMIENTO ESPERADO PARA 2024

El crecimiento esperado del presupuesto TIC para 2024 es 12.4% en promedio de los consejeros. Las respuestas se dividen en tres grupos: 51% espera crecer hasta 10%; 34% espera crecer 15%; y sólo 5% reportó reducción del presupuesto.

## INNOVACIONES DIGITALES PRIORITARIAS

En la siguiente gráfica, se presentan las cinco innovaciones digitales que recibieron el mayor número de menciones para 2024. *Analytics / big data* se encuentra en primer lugar, seguida de IA / ML (*Machine Learning*), nube, ciberseguridad, y finalmente Inteligencia Artificial generativa (Gen IA)<sup>[1]</sup>.

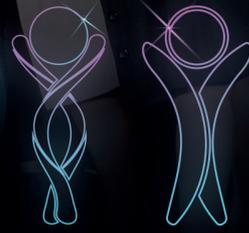
En las investigaciones de años pasados, la IA solía ocupar los últimos lugares de relevancia; sin embargo, para el sondeo con los consejeros toma un rol protagónico hacia 2024.

[1] IA: La IA o Inteligencia Artificial es un conjunto de herramientas que generan agentes que pueden reaccionar al entorno tomando acciones para lograr un objetivo. La IA/ML, de las siglas en inglés Machine Learning, se centra en desarrollo de algoritmos a partir de los datos, aunque no hayan sido programados (a diferencia de los métodos tradicionales de análisis que parten de plantear un algoritmo). La IA Generativa crea contenido nuevo, sea texto, imágenes, música o código de software, a partir de un conjunto de datos existentes que identifican patrones y estructuras replicables en nuevos ejemplos.

Patrocinado por:



# PREMIO NACIONAL CX & EX



El Premio Nacional es el máximo reconocimiento que otorga el IMT como símbolo de prestigio y distinción al trabajo realizado por empresas y profesionales de *Customer Experience & Employee Experience* en México.

## ¿CÓMO PARTICIPAR?

Notificación de participación y solicitud de cotización



Hasta el 12 feb 2024

Registro de casos en plataforma



Hasta el 12 feb 2024

Pagos



Antes del 16 de feb 2024

Procesos de evaluación



19 al 23 de feb 2024

Evento de premiación



13 de mar 2024

Para más información, comunícate al:  
55 5340 2290 Ext. 5010, 5020

Escanea para más información  
Escríbenos un mail a: [premio@imt.com.mx](mailto:premio@imt.com.mx)  
[www.premionacionalcx.com.mx](http://www.premionacionalcx.com.mx)



/imtcontactforum



Instituto Mexicano de Teleservicios



@imt\_



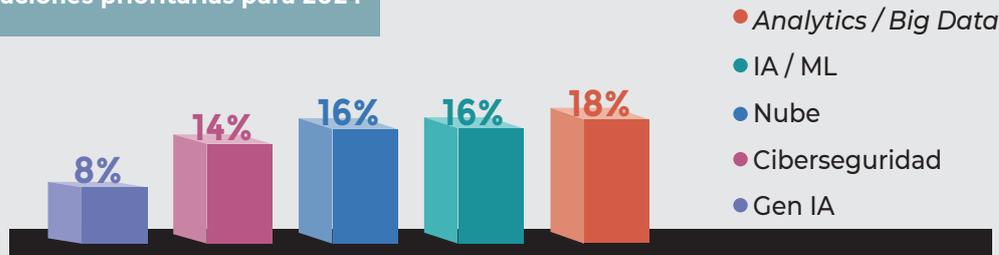
IMTContactForum



imt\_cx

## TENDENCIAS

### Innovaciones prioritarias para 2024



### PRINCIPALES OPORTUNIDADES

Lograr incidir en los ingresos del negocio es la principal promesa de la transformación, y es la oportunidad con el mayor número de menciones. Los consejeros coinciden en que conocer y personalizar la experiencia del cliente a través de todos los canales es primordial para mejorar la satisfacción y aumentar la lealtad.

Se busca también “aterrizar” la analítica y la IA con casos prácticos para generar nuevos servicios a clientes y obtener ventajas competitivas; plasmando los resultados en la operación del negocio, tanto en el ERP como en otras aplicaciones.



### PRINCIPALES AMENAZAS

**Las principales amenazas tienen que ver con un entorno adverso, ya que existe preocupación por la posibilidad de una recesión económica, las tensiones geopolíticas, las altas tasas de interés y el impacto del cambio climático.**

En lo nacional, se reconoce la incertidumbre política y social, incluyendo la electoral, la deuda pública y los cambios regulatorios, con repercusiones en el clima de negocios.

En segundo lugar, preocupa el cibercrimen y la falta de conciencia sobre la ciberseguridad, sobre todo de los mandos directivos, ante una diversificación de las estafas digitales.

### CONCLUSIONES

El crecimiento esperado para el presupuesto TIC entre los miembros del Consejo de Innovación Digital supera al del mercado en general y comprueba su compromiso con la transformación.

Dentro de las innovaciones digitales de mayor relevancia para 2024 destacan las asociadas a aprovechar los datos (Analítica, IA/ML y IA generativa), la nube y la ciberseguridad. Por primera vez, la IA se menciona en los primeros lugares.

La principal oportunidad identificada es conocer, personalizar y mejorar la experiencia del cliente a través de todos los canales para satisfacerlo y aumentar su lealtad.

Las amenazas con más menciones tienen que ver con un entorno nacional e internacional adverso. 



**Analiza, comprende y  
acciona en pro  
del comportamiento  
del cliente**

**¡La clave para una reputación empresarial sólida es  
un nivel de calidad excepcional!**

Para más información:  
+52 55 5340 2290 Ext. 7000 / 7010  
[calidad@imt.com.mx](mailto:calidad@imt.com.mx)





# NAVEGANDO HACIA EL FUTURO: EL PAPEL DE LOS BOTS EN LA TRANSFORMACIÓN DE LOS CENTROS DE CONTACTO

ÓSCAR GÓMEZ

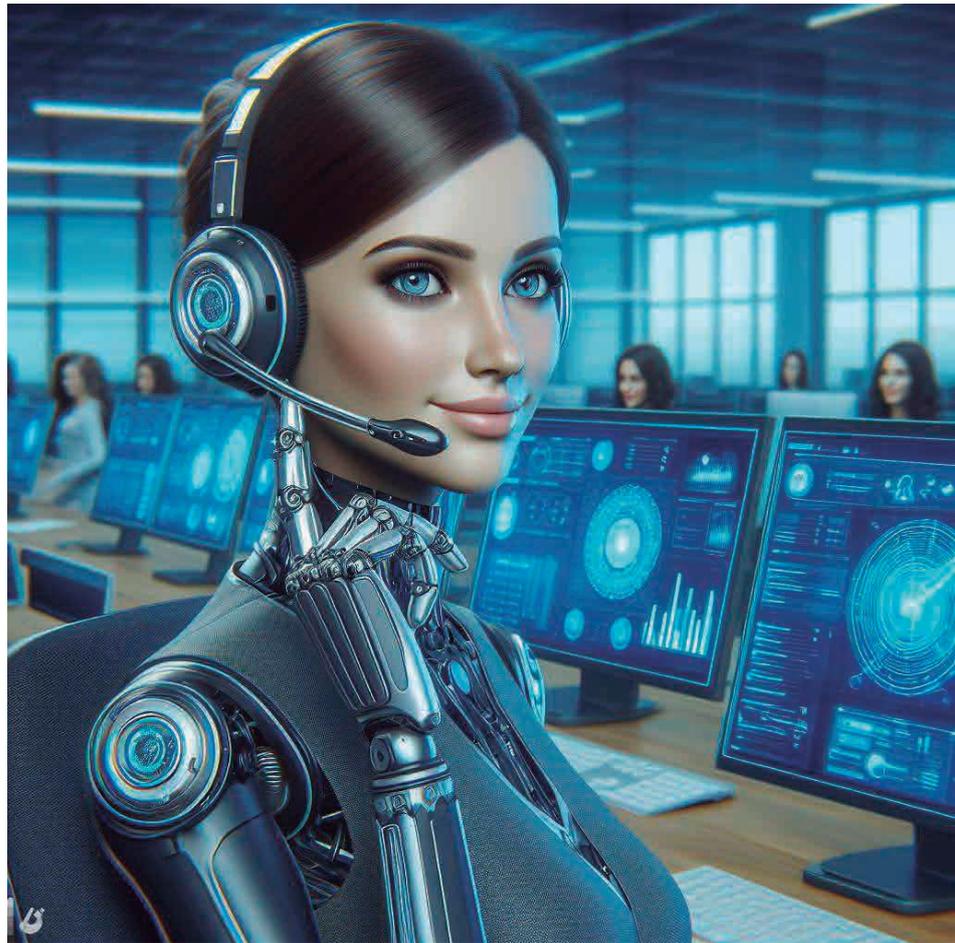


**E**n el dinámico mundo de los *Contact Centers*, la adopción de *Bots Conversacionales* ha marcado un *hito* significativo en la forma en que las empresas gestionan la atención al cliente, las ventas y la cobranza. Estos avanzados sistemas automatizados, capaces de interactuar en tiempo real con los usuarios a través de texto o voz, han evolucionado en múltiples niveles, cada uno aportando características específicas para optimizar la experiencia del cliente.

Iniciemos describiendo los niveles de Bots que se tienen actualmente disponibles y su potencia:

## 1. NIVEL BÁSICO

- **Características:** Respuestas predefinidas y reglas de flujo simples. Atención similar a la de un IVR, pero con la ventaja de que el *Bot* puede atender de forma multicanal (voz, *web chat*, *whatsApp*, redes sociales).
- **Aplicaciones:** Ideal para consultas frecuentes y tareas simples.
- **Uso en *Contact Centers*:** Introducción al mundo de la automatización, agilizando procesos repetitivos.



## 2. NIVEL INTERMEDIO

- **Características:** Aprendizaje automático para comprender contextos y preguntas más complejas.
- **Aplicaciones:** Atención al cliente y resolución de problemas de nivel intermedio.
- **Uso en Contact Centers:**
  - Mayor capacidad de comprensión, reduciendo la carga de trabajo de los agentes.
  - Responder preguntas frecuentes de los clientes como dar información sobre productos y servicios.
  - Programar citas para el servicio del automóvil, citas médicas, etc.
  - Proporcionar actualizaciones del estado de una entrega o un servicio.
  - Realizar encuestas de satisfacción.

## 3. NIVEL AVANZADO

- **Características:**
  - Integración de tecnologías de procesamiento de lenguaje natural (PLN) y comprensión contextual.
  - Integración con Inteligencias Artificiales Generativas (IAGs) y tecnología de *Robot Process Automation* (RPA).
- **Aplicaciones:** Ventas asistidas, resolución de problemas complejos, personalización avanzada, cobranza, entre muchas otras.
- **Uso en Contact Centers:**
  - Mejora significativa en la eficiencia y calidad de la atención al cliente.
  - Incrementar en gran medida la experiencia del cliente al resolver situaciones que tradicionalmente solo podían ser atendidas por seres humanos.
  - Reducción de costos de operación importantes.

### COMBINA TECNOLOGÍAS DE BOTS CON IA GENERATIVA Y ROBOT PROCESS AUTOMATION (RPA)

La combinación de *Bots* Conversacionales con tecnologías de Inteligencia Artificial Generativa lleva la experiencia del cliente a un nivel superior. La IA Generativa permite a los *Bots* comprender y generar respuestas de manera más contextual y natural. Así, los usuarios sienten que están interactuando con un agente humano, mejorando la percepción de la marca y la satisfacción del cliente.

Por otra parte, las tecnologías de RPA le permiten al *Bot* ejecutar tareas que antes tenían que ser llevadas a cabo por un ser humano, como el dar de alta en los sistemas de la empresa, toda la información de un cliente cuando se lleva a cabo una venta de tarjeta de crédito. El *Bot* puede interactuar con los sistemas del *Back Office* para llevar a cabo el ciclo completo de una interacción con el cliente.

La aplicación de esta combinación de tecnologías se observa en la capacidad de los *Bots* para anticipar las necesidades del cliente, personalizar recomendaciones y adaptarse a diferentes estilos de conversación.

### ¿SUSTITUIRÁN LOS BOTS A LOS AGENTES HUMANOS?

Aunque los *Bots* Conversacionales han transformado la eficiencia operativa en los *Contact Centers*, la sustitución total de agentes humanos parece poco probable en el corto plazo. Los *Bots* son herramientas poderosas para tareas específicas y repetitivas, pero la complejidad emocional y la capacidad de empatía que los humanos aportan siguen siendo irremplazables.

Estudios sobre la mejor experiencia del cliente indican que la sinergia entre *Bots* y agentes humanos se vislumbra como el enfoque óptimo.

Los *Bots* pueden encargarse de consultas rutinarias, permitiendo que los agentes se centren en interacciones más complejas y estratégicas. Esta combinación ofrece una atención al cliente integral, aprovechando lo mejor de la automatización y la humanidad.

Lo que sí es un hecho, es que la proporción de interacciones atendidas por *Bots* se incrementará mucho en el corto plazo, ayudando a los *Contact Centers* a dar una mejor atención a sus clientes ya que los *Bots* no tienen muchas de las limitaciones que cuando solo se ocupan agentes humanos.

### CONCLUSIÓN

Los *Bots* Conversacionales y las tecnologías de IA están redefiniendo la operación de los *Contact Centers*, elevando la experiencia del cliente a niveles sin precedentes. La clave radica en encontrar el equilibrio adecuado entre la automatización y la intervención humana, asegurando una atención al cliente eficiente y emocionalmente inteligente. La evolución continua de estas tecnologías promete un futuro emocionante para los *Contact Centers*, donde la sinergia entre la eficiencia de los *Bots* y la empatía humana crearán experiencias memorables para los clientes. 



**E**l área de Estudios e Inteligencia de negocios del IMT desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la industria de *Customer Experience* y Relación con Clientes en nuestro país. Proporciona información precisa, valiosa y relevante para la toma de decisiones estratégicas en las empresas y adaptarse a un entorno organizacional en constante cambio.

Presentamos la 8ª. Edición del Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse*, con la participación de ejecutivos de alto nivel de 41 empresas líderes en el sector, con representación en 13 estados de la República Mexicana y la participación en 11 diferentes sectores. Este reporte considera los siguientes aspectos:

- Información general de la muestra
- Servicios brindados
- Gestión de talento
- Retos y tendencias 2024

Queremos expresar un agradecimiento especial a Avaya por su continuo apoyo como patrocinador de este esfuerzo. Estamos seguros de que este estudio contribuirá a un mayor entendimiento y desarrollo de los Centros de Contacto en México.

### CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Los Centros de Contacto participantes son empresas de diferentes giros que cuentan con al menos un año de antigüedad en la operación y tienen operación interna o mixta.

Las áreas de interacción con clientes o Centros de Contacto de estas organizaciones cuentan con 13,993 empleos directos, de los cuales el 75% corresponde a ejecutivos de contacto y el restante se desempeña en otros puestos, 73% se mantiene en operación en sitio y el 27% en teletrabajo.

De los 11 sectores participantes, los dos más representativos son *Retail* y Financiero.

# ESTUDIO NACIONAL DE CENTROS DE CONTACTO *INHOUSE* 2023

Patrocinado por:



Realizado por:



### Características de la muestra



**10,460**  
Ejecutivos en diferentes modalidades



**13,993** Empleos

El porcentaje de ocupación promedio **73%**

Gráfico 1: Información general de la muestra  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023

## SERVICIOS OFFSHORE/NEARSHORE

El 95% de las empresas presta servicios al mercado doméstico y el 39% a clientes en el mercado *offshore/nearshore*.

Del 39% de las empresas que realiza servicios *offshore* indica como destinos principales a las regiones de Estados Unidos y Canadá, así como a Latinoamérica y el Caribe, con un porcentaje del 69%.

**39%** de las empresas participantes ofrece servicios al mercado extranjero

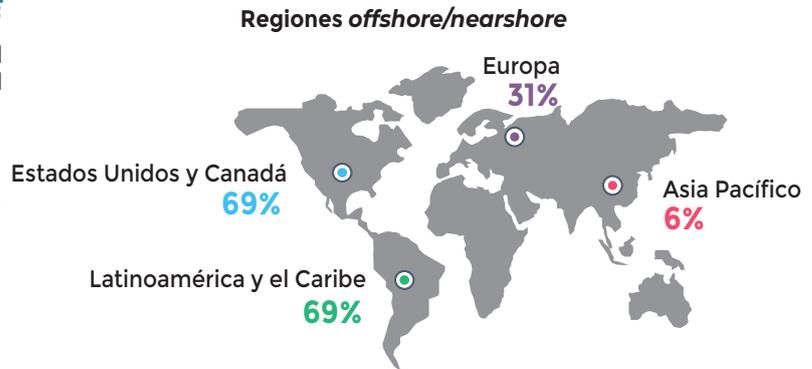


Gráfico 2: Regiones *offshore/nearshore*  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
N=16 *Offshore*, Respuesta múltiple

## IDIOMAS

Español e inglés son los idiomas de mayor importancia para los servicios de *offshore/nearshore*.



Español  
**88%**



Inglés  
**81%**



Francés  
**19%**



Portugués  
**19%**

Gráfico 3: Idiomas  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
N=16 *Offshore*, Respuesta múltiple

## CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS BRINDADOS

### FUNCIONES



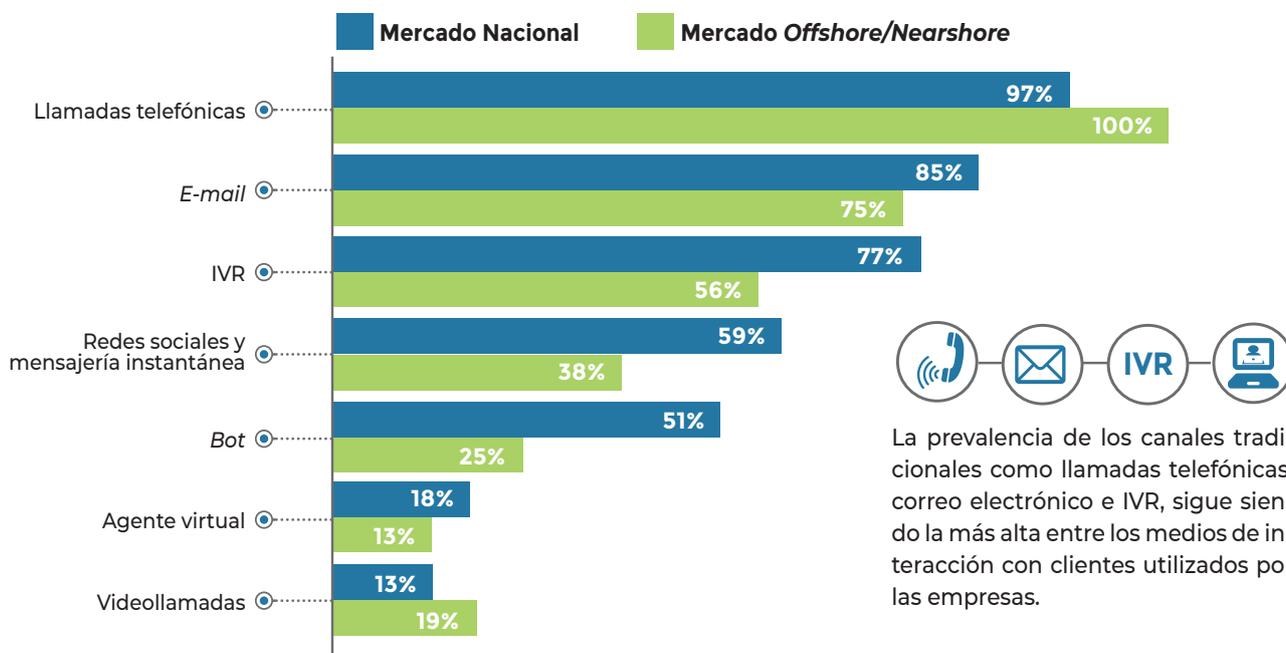
Los Centros de Contacto desarrollan múltiples funciones entre las que destacan: atención a clientes y cierre de ventas.

Gráfico 4: Funciones del Centro de Contacto  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
N= 39 Nacional, Respuesta múltiple  
N=16 *Offshore*, Respuesta múltiple

\* Promoción y generación de *leads*



## CANALES DE INTERACCIÓN



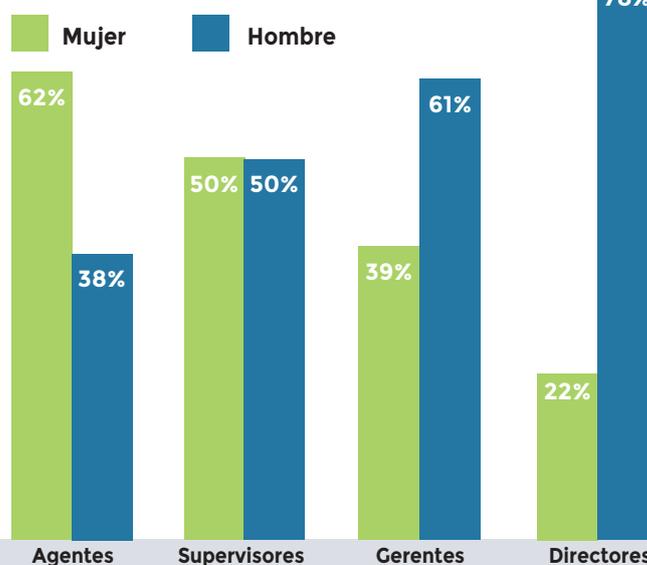
**Gráfico 5: Canales de contacto**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
 N= 39 Nacional, Respuesta múltiple  
 N=16 Offshore, Respuesta múltiple

## TALENTO

### PERFIL / Género



La brecha de género, en comparación con el año anterior, no ha experimentado mejoras, continúa presentando una disparidad en niveles operativos y directivos de forma inversamente proporcional. Es decir, este año en posiciones operativas la presencia de mujeres es de 62%, mientras que en posiciones directivas es del 22%.



**Gráfico 6: Género**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
 N= 36

## EDAD DEL PERSONAL

En los Centros de Contacto *Inhouse* prevalece un mercado laboral de jóvenes, 76% del personal operativo es menor de 40 años.

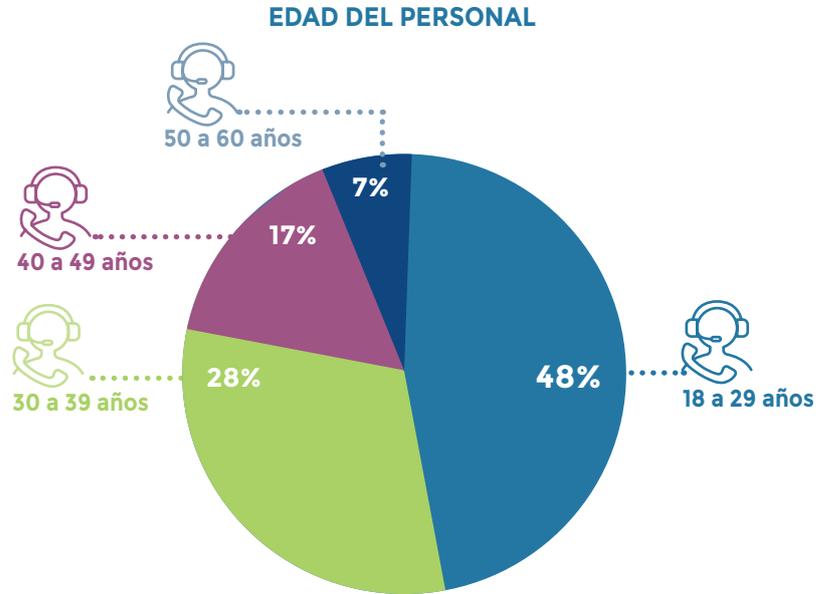


Gráfico 7: Edad del personal  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
N= 36

## ESCOLARIDAD



En los Centros de Contacto, la educación del personal operativo puede variar y depender de diversos factores: las políticas de contratación de la empresa, la naturaleza de las funciones desempeñadas y las exigencias específicas del trabajo. Al menos la mitad de los ejecutivos de contacto cuenta con preparatoria terminada o trunca.

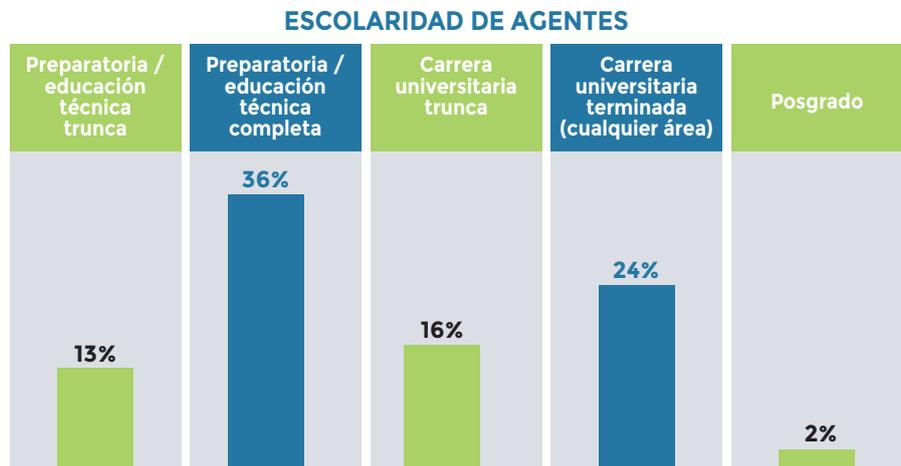
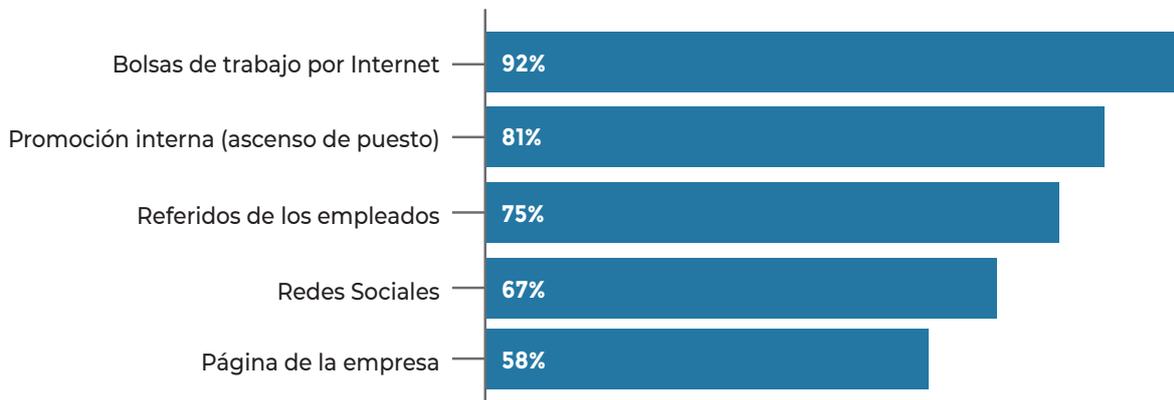


Gráfico 8: Nivel de escolaridad de los agentes  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
N= 36



## GESTIÓN DE TALENTO

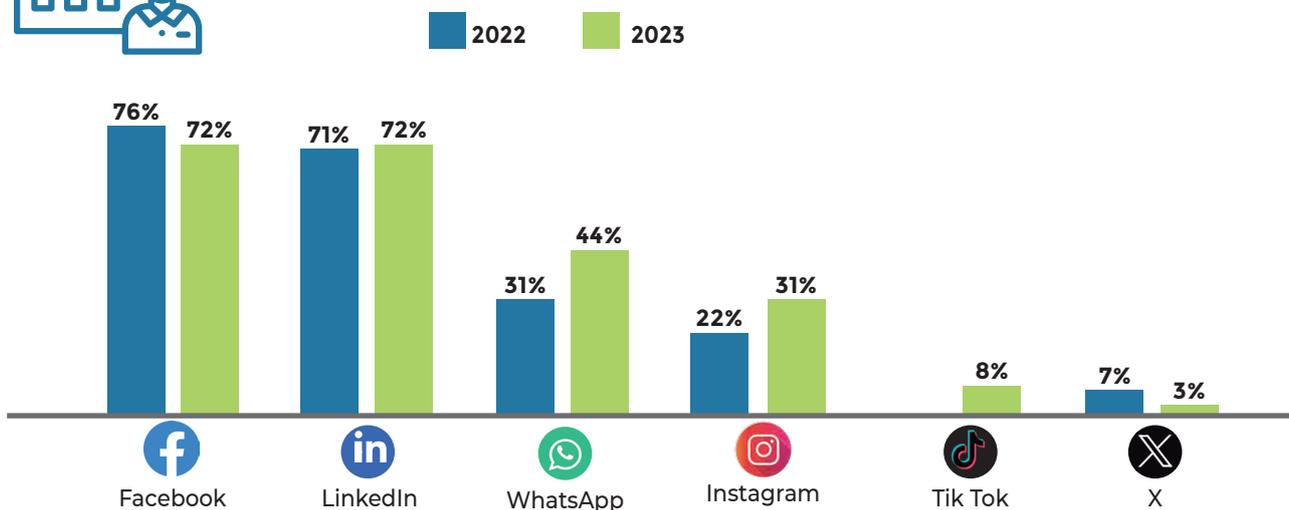
### MEDIOS DE RECLUTAMIENTO



**Gráfico 9: Medios de reclutamiento**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
 N= 36

La necesidad de recurrir a medios innovadores de reclutamiento ha promovido la incorporación del uso de nuevas redes sociales como TikTok y otros medios digitales. Sin embargo, 9 de cada 10 organizaciones utiliza bolsas de trabajo por Internet como fuente principal de reclutamiento.

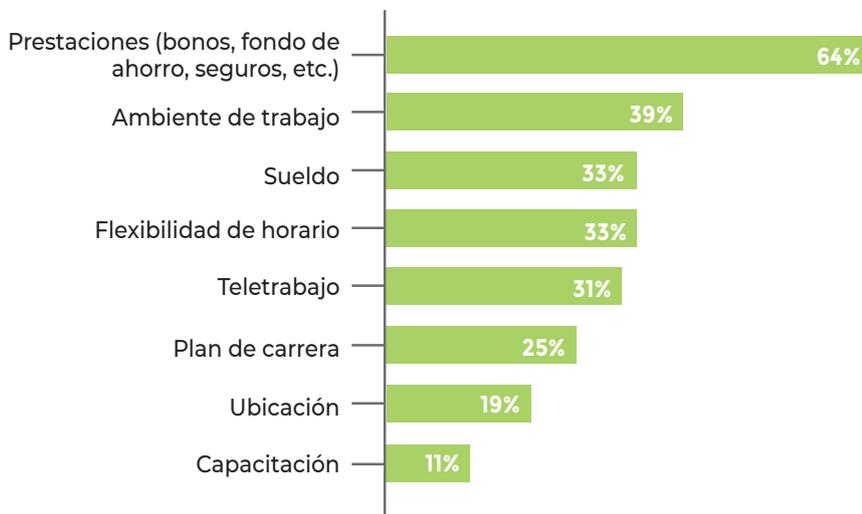
### REDES SOCIALES PARA ATRACCIÓN DE TALENTO



\*Tik Tok no disponible en 2022

**Gráfico 10: Redes sociales para atracción de talento**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023  
 2023 N= 36, Respuesta múltiple  
 2022 N= 45, Respuesta múltiple

## ELEMENTOS QUE CONTRIBUYEN A LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA



Desde la perspectiva de las empresas participantes, se identifican ciertos factores que contribuyen a la competitividad laboral del Centro de Contacto. En particular, este año destacan las prestaciones como bonos, fondo de ahorro y el ambiente de trabajo.

**Gráfico 11: Elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa**

IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023

2023 N= 36, Respuesta múltiple

2022 N= 44, Respuesta múltiple

## EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

La expectativa de crecimiento sugiere un alto nivel de confianza en el futuro de las empresas, 4 de cada 10 organizaciones espera poder crecer y/o aumentar la demanda de sus servicios.



**Gráfico 12: Expectativas de crecimiento**

IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023

N= 41



# RETOS 2024



1

## Retos operativos

Mejorar los KPI e indicadores operativos.  
Retención del personal.  
Omnicanalidad.



2

## Retos de talento

Optimizar tiempos en reclutamiento de personal.  
Mejorar indicadores de rotación y retención.  
Planes de capacitación y certificación.



3

## Retos de tecnología

Automatización y nuevas herramientas.  
Desarrollo de *chatbot* e Inteligencia Artificial.  
Transición y migración a la nube.



4

## Retos estratégicos y comerciales

Generación y retención de clientes.  
Nuevos proyectos comerciales.  
Mejorar el servicio de vista al cliente, *Customer Experience*.



5

## Retos económicos y financieros

Incrementar efectividad de cobranza y ventas.  
Incrementar rentabilidad.  
Administración efectiva de gastos.



6

## Retos regulatorios

Cumplimiento de certificaciones.  
Conocimiento de nuevas regulaciones y leyes de trabajo.  
Cumplimiento a regulación de protección de datos personales.

## Resumen Ejecutivo: Estudio Nacional de Centros de Contacto *Inhouse* 2023

En la 8ª Edición de este estudio participaron 41 empresas, distribuidas en 13 estados de la República Mexicana, donde la ciudad con mayor concentración de estaciones es CDMX, seguido de Nuevo León y Estado de México, nuestra muestra abarca empresas representativas en 11 sectores diferentes.

### Operaciones y generación de empleos:

- Las empresas participantes emplean alrededor de 14 mil personas de las cuales, el 75% es ejecutivo de contacto.
- Un 73% de las estaciones de trabajo está en sitio, sugiriendo una alta demanda en el sector.
- Predomina la modalidad presencial con el 73% de los ejecutivos operando en sitio, ello se justifica debido a la naturaleza de las tareas específicas y la necesidad de acceso a recursos particulares.
- 27% de la operación cuenta con esquemas de trabajo remoto / híbrido.
- 39% de las organizaciones presta servicios *nearshore/offshore*, en mayor proporción a Estados Unidos, Canadá y Latinoamérica (69%), representando solo un 17% de su operación total.
- Para los Centros de Contacto *Inhouse* la función más representativa es atención a clientes, tanto en servicios domésticos como en la exportación de servicios.
- Los tres principales canales de interacción son: llamadas telefónicas, *e-mail* e IVR para mercado nacional y extranjero.

### Gestión de talento y desafíos de género:

- Se mantiene una importante brecha de género en posiciones directivas en donde solo el 22% de estos puestos es ocupado por mujeres, frente a un 62% en roles operativos.
- Los Centros de Contacto tienden a contratar personas jóvenes, el 48% del personal en las empresas oscila en un rango de entre 18 a 29 años.
- Las habilidades y competencias más relevantes para las empresas empleadoras son el manejo de clientes y situaciones complejas, así como la habilidad para trabajar de manera autónoma.



- 50% de los operadores telefónicos cuentan con preparatoria trunca y/o terminada.
- De manera similar que en los Centros de Contacto BPO, las bolsas por internet se ubican como medio principal de reclutamiento con 92%.
- Destaca la relevancia de los medios digitales, siendo las redes sociales una herramienta clave en el proceso de reclutamiento, para el 67% de las empresas participantes, las redes más utilizadas son: Facebook, LinkedIn y WhatsApp; este año de manera particular TikTok se integra como medio de reclutamiento, ocupando un 8%.
- Las organizaciones identifican que los elementos que contribuyen a su competitividad frente a sus colaboradores son prestaciones, ambiente de trabajo y sueldo.

Es interesante notar que el segmento de Centros de Contacto *Inhouse* (es decir, aquellos que son operados directamente por la empresa que ofrece el servicio) tiene expectativas de crecimiento para 2024, según los datos proporcionados por el 44%.

Esto sugiere que muchas empresas están viendo un valor estratégico al manejar internamente sus operaciones de contacto con el cliente, uno de los mayores retos, además de enfocarse en la personalización de las experiencias del cliente, será mejorar la experiencia de los colaboradores, empoderándolos para brindar soluciones especializadas al primer contacto, sin perder el control sobre la calidad del servicio y los costos asociados.



# EDICIÓN 28

# ESTUDIO NACIONAL DE CENTROS DE CONTACTO BPO 2023



Desde hace 28 años, el IMT a través del área de Estudios e Inteligencia de Negocio, tiene como objetivo proporcionar una visión integral y actualizada del panorama, tendencias y retos que enfrenta la industria de Centros de Contacto.

En esta edición del Estudio Nacional de Centros de Contacto buscamos ofrecer a los profesionales, líderes empresariales y tomadores de decisiones, información estratégica que permita a las organizaciones comprender su entorno empresarial, anticipar cambios y tomar decisiones fundamentadas para asegurar el éxito en un mercado dinámico y competitivo.



Patrocinado por:



Realizado por:



### Los aspectos que se abordan en este reporte son:

- **Particularidades de la operación.** El contexto sobre la operación y servicios de los Centros de Contacto, canales de atención, uso de redes sociales, certificaciones, idiomas de atención y externalización de servicios, entre otros.
- **Gestión de talento.** Aspectos relacionados con el personal, como la distribución de la fuerza de trabajo, género, edad, escolaridad, medios de reclutamiento más empleados, tiempos de capacitación, detonadores de frustración, acciones de responsabilidad social, trabajo remoto, etc.
- **Retos y desafíos.** Identificación y análisis de las tendencias más relevantes que dan forma al panorama empresarial, principales escenarios y/o desafíos que enfrenta la industria, desde cuestiones regulatorias hasta dificultades operativas, y las innovaciones o mejores prácticas que serán adoptadas por los líderes del sector como parte de sus estrategias para anticiparse a su entorno empresarial.

Los participantes de este estudio son Centros de Contacto BPO, *Business Process Outsourcing*, que cuentan al menos con un año de operación en México y tienen más de 30 estaciones de trabajo. Este año contamos con la participación de 61 empresas con presencia en 18 estados de la República Mexicana.

Al final se encuentra el *Ranking 2023* de Centros de Contacto en el que podrán encontrar información general de las organizaciones participantes, numeradas en primer sitio las que tienen mayor cantidad de estaciones instaladas y descendiendo a las de menor cantidad. Asimismo, está la ubicación de los Centros de Contacto, tipos de operación, sector al que prestan servicios, certificaciones, entre otros aspectos.

La industria mexicana de *Contact Centers* es de las más importantes en las economías del mundo, con un crecimiento constante y sostenido, 5% en estaciones, 7% en empleos.

Estimamos que, hoy en día, tenemos un total de 620 mil estaciones de trabajo, las cuales generan 835 mil empleos aproximadamente.

A partir de la información proporcionada, se calcula que el sector en México se compone aproximadamente de 330 empresas.

### CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

El sector de *Contact Centers* continúa experimentando un crecimiento constante cada año. La demanda de servicios especializados en esta industria es un reflejo de la importancia que las empresas otorgan a la experiencia del cliente.

La variedad de servicios ofrecidos sugiere que el sector está evolucionando para satisfacer las crecientes necesidades y expectativas de las empresas y consumidores. Este enfoque en la mejora constante y la innovación es esencial para mantener altos estándares en la industria de Centros de Contacto y BPO.

La distribución geográfica de estas empresas se extiende a lo largo de 18 estados de la República Mexicana, como indicador de su alcance nacional y su contribución a la economía de varias regiones del país. Se observa también la presencia de 117,510 estaciones de trabajo, que representan más de 123 mil empleos directos, destacando la magnitud de la operación y la capacidad de atender las necesidades de los clientes de manera eficiente, de hecho el 72% de las estaciones de trabajo se encuentran ocupadas, lo que indica que las organizaciones se encuentran con recursos disponibles y en capacidad de atender eficientemente las necesidades de los clientes y con posibilidades de crecimiento de estas empresas.

El trabajo en sitio para posiciones operativas representa el 67%, esto podría deberse a la naturaleza específica de las tareas operativas, la seguridad de la información y la necesidad de acceso a recursos específicos de algunas instancias y sus clien-



Gráfico 1: Características de la muestra  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 N= 61

tes. Sin embargo, el teletrabajo representa el 33%, estrategia que permite mantener la eficiencia en roles críticos, mientras se ofrece flexibilidad a los empleados. La atención en español representa un 77% y en otros idiomas un 23%, sin reportar ningún cambio significativo con respecto al año pasado. En conjunto estos datos reflejan un panorama sólido y dinámico de nuestro sector, con una infraestructura amplia y una adaptación a las necesidades de los clientes para optimizar la operación.



### CRECIMIENTO DEL SECTOR



**79%**  
Ganó clientes nuevos



**19%**  
Se mantuvo igual



**2%**  
Perdió clientes

El hecho de que el 79% de las organizaciones ha obtenido clientes en el último año, es un indicador positivo de la salud y capacidad de crecimiento de nuestro sector, ello puede atribuirse a la gran calidad de los servicios que ofrecen, innovación y capacidad de adaptación al mercado. El 19% de las organizaciones que se mantienen con su mismo número de clientes, sugiere estabilidad en su base y consistencia en los servicios proporcionados. En general, el informe revela un fuerte enfoque a la expansión de la base de clientes y la retención de los clientes ya existentes.

Cabe destacar que, el 80% de las empresas que participó en esta edición, también lo hicieron en 2022, y el 44% de ellas acertó en su pronóstico de crecimiento.

Gráfico 2: Crecimiento de la operación  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto  
BPO 2023  
N= 61

### EXPORTACIÓN DE SERVICIOS OFFSHORE/NEARSHORE



#### REGIONES OFFSHORE/NEARSHORE

Los servicios de exportación desempeñan un papel crucial en la economía de los Centros de Contacto en México, ya que el país es un importante actor en la exportación de servicios.

62% de las organizaciones participantes menciona proveer servicios al mercado extranjero, sin embargo, este componente representa solo el 25% de sus operaciones totales. El 84% del total de las operaciones *offshore/nearshore* se prestan específicamente hacia Estados Unidos y Canadá. La biculturalidad en servicios *nearshore* es esencial para construir relaciones sólidas, promover la comunicación efectiva, adaptarse a las expectativas del cliente y garantizar el éxito a largo plazo en la exportación de dichos servicios.

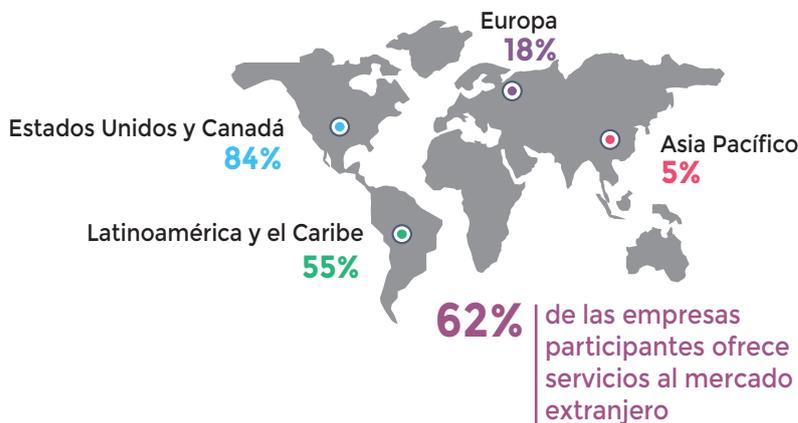


Gráfico 3: Regiones *offshore / nearshore*  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
*Business Process Outsourcing*  
N=38 *Offshore*, Respuesta múltiple

#### IDIOMAS

Otro factor clave en la prestación de servicios *nearshore/offshore* es la del idioma, los más utilizados son español e inglés.



Español  
**92%**



Inglés  
**87%**



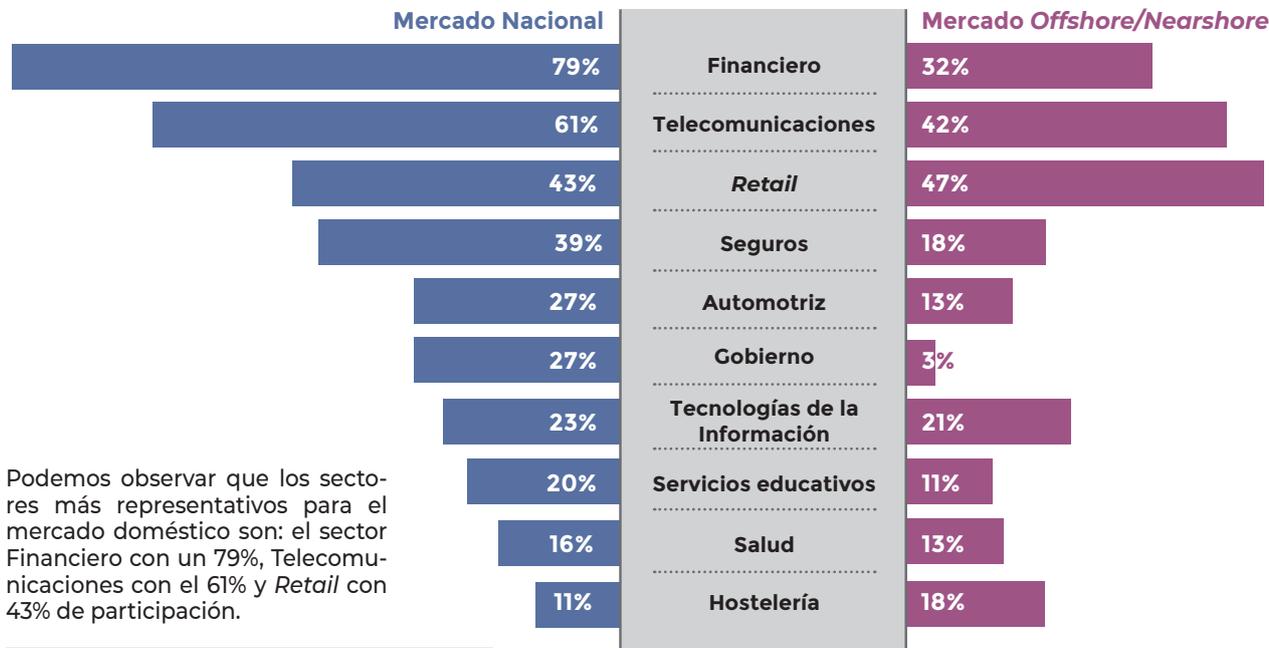
Francés  
**13%**



Portugués  
**13%**

Gráfico 4: Idiomas  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
*Business Process Outsourcing*  
N=38 *Offshore*, Respuesta múltiple

## SECTORES A LOS QUE SE LES BRINDA EL SERVICIO POR PARTE DE LOS BPO



Podemos observar que los sectores más representativos para el mercado doméstico son: el sector Financiero con un 79%, Telecomunicaciones con el 61% y Retail con 43% de participación.

Gráfico 5: Idiomas

IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
Business Process Outsourcing

N= 56 Nacional, Respuesta múltiple

N=38 Offshore, Respuesta múltiple

## TIPO DE SERVICIOS

Respecto al tipo de campañas, los servicios de atención a clientes (80%), cierre de ventas (70%) y cobranza (55%) son los más utilizados en el mercado doméstico. Esto sugiere que los centros de contacto pueden estar gestionando ventas de productos financieros, además de servicios clave como consultas bancarias y asesoramiento financiero.

Mientras que para la prestación de servicios al mercado extranjero los sectores más representativos son: el Retail con el 47%, seguido del sector de Telecomunicaciones con un 42% y el Financiero con el 32%. El tipo de campañas que se exportan son principalmente de atención a clientes (79%), back office (37%) y ventas (34%)



Gráfico 6: Campañas

IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023

Business Process Outsourcing

N= 56 Nacional, Respuesta múltiple

N=38 Offshore, Respuesta múltiple

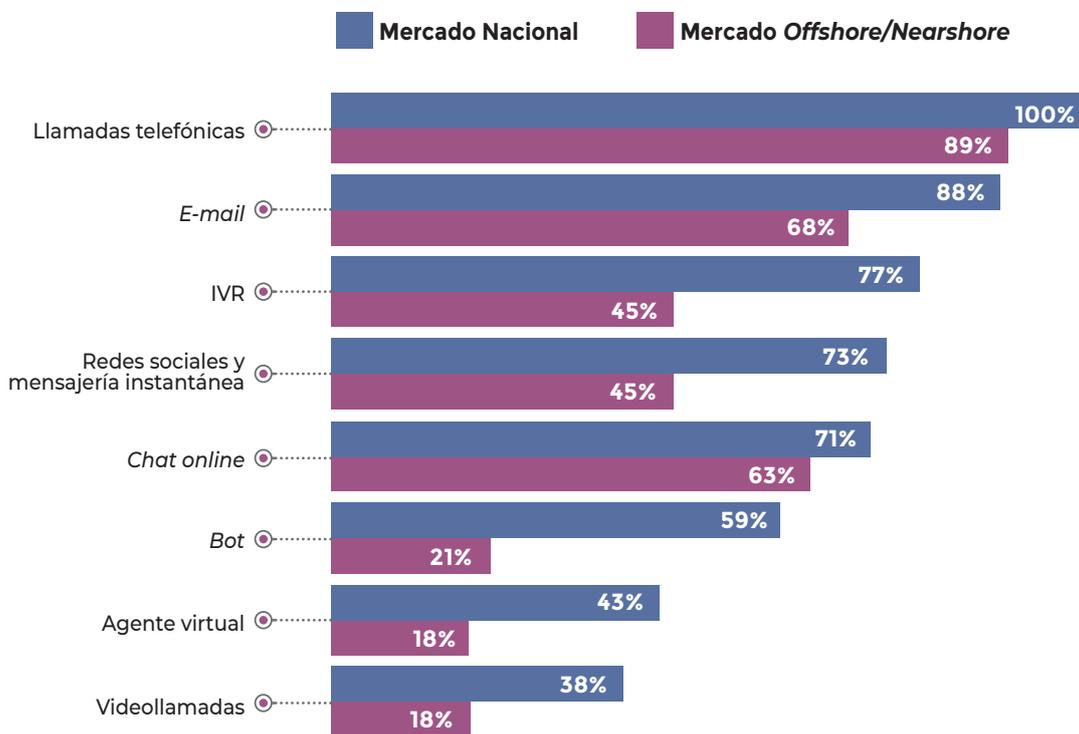


## CANALES DE INTERACCIÓN

Es interesante observar cómo los canales de atención varían entre el mercado doméstico y el mercado extranjero, sin embargo, el teléfono a pesar de los avances tecnológicos sigue siendo el canal principal, esto podría deberse especialmente por las consultas complejas que requieren una atención inmediata (doméstico 100% - extranjero 89%).

El uso de correo electrónico es indicativo de la necesidad de una comunicación formal o detallada, por tanto, el e-mail es un canal eficaz para consultas que no requieren una respuesta inmediata (doméstico 88% - extranjero 68%).

El IVR es una estrategia para la gestión de grandes volúmenes de interacciones de manera eficiente, mientras que la inclusión del *chat online* en el mercado extranjero sugiere un enfoque más interactivo y ágil en la atención al cliente, pues ofrece respuestas rápidas y en tiempo real, ante consultas y transacciones simples, y de manera automatizada.



**Gráfico 7: Canales de atención**  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
*Business Process Outsourcing*  
N= 56 Nacional, Respuesta múltiple  
N=38 Offshore, Respuesta múltiple

## REDES SOCIALES Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

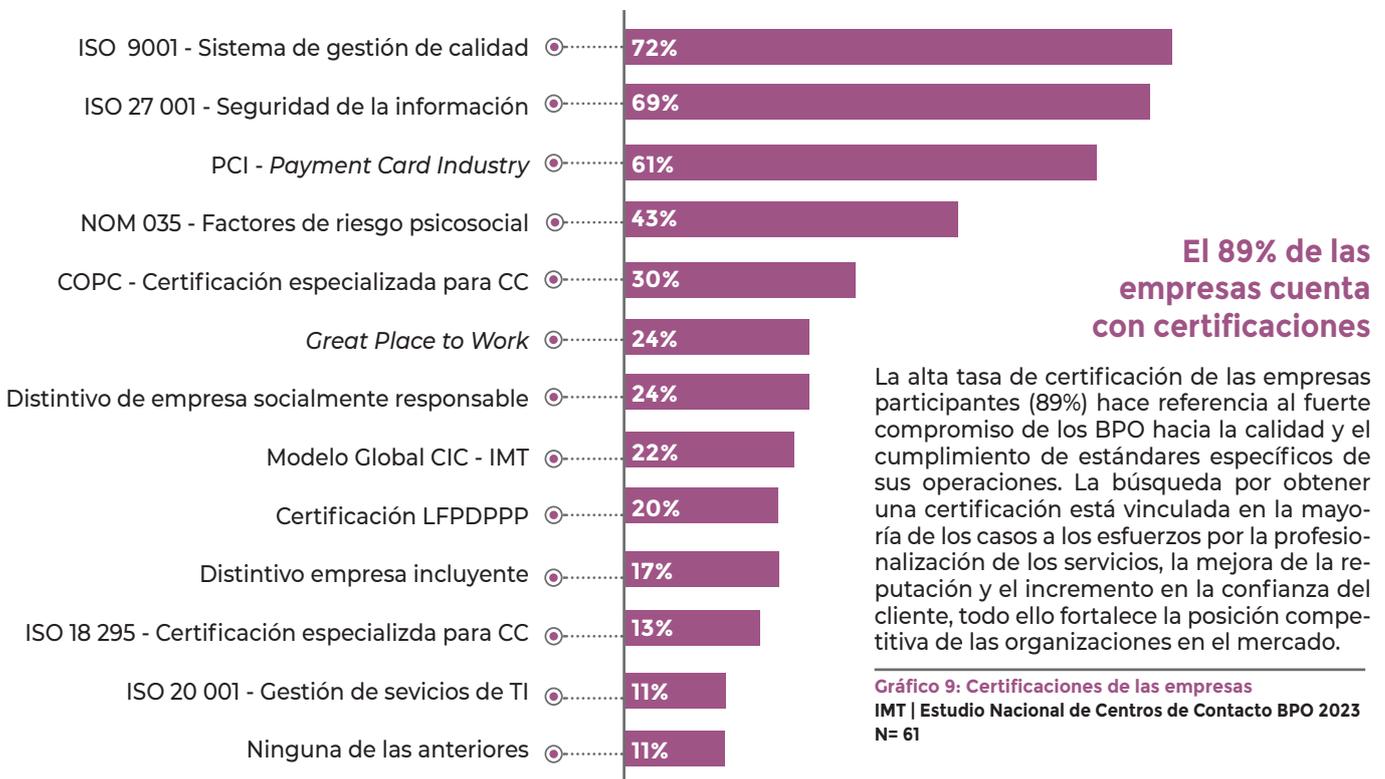


WhatsApp, SMS y Facebook son las redes sociales y plataformas de mensajería más utilizadas, tanto en el mercado nacional como en el extranjero, permiten la comunicación directa y rápida. WhatsApp es conocido por su popularidad global lo que sugiere una preferencia de los usuarios por esta mensajería y, por ello, la gran capacidad de adaptación de los BPO para el uso de estas herramientas. Aunque SMS es una forma de comunicación más tradicional, se mantiene como una herramienta efectiva para notificaciones rápidas, recordatorios o claves de seguridad que son relevantes y no requieren una conexión a internet.

La presencia y diversificación de múltiples plataformas representa en gran medida la necesidad y el enfoque al cliente que tienen los BPO, para llegar a los diferentes segmentos y audiencias, a través de canales variados de acuerdo a las preferencias y comportamientos de los clientes tanto a nivel nacional como internacional.

Gráfico 8: Canales de atención  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 56 Nacional, Respuesta múltiple  
 N=38 Offshore, Respuesta múltiple

## CERTIFICACIONES DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES



**El 89% de las empresas cuenta con certificaciones**

La alta tasa de certificación de las empresas participantes (89%) hace referencia al fuerte compromiso de los BPO hacia la calidad y el cumplimiento de estándares específicos de sus operaciones. La búsqueda por obtener una certificación está vinculada en la mayoría de los casos a los esfuerzos por la profesionalización de los servicios, la mejora de la reputación y el incremento en la confianza del cliente, todo ello fortalece la posición competitiva de las organizaciones en el mercado.

Gráfico 9: Certificaciones de las empresas  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 N= 61



## TALENTO



### GÉNERO

Es necesario realizar esfuerzos, dado que la brecha no ha mejorado, se continúa reflejando una disparidad de género a medida que se asciende en la jerarquía organizacional. Existe una representación mayor de mujeres en roles operativos (48% mujeres y 52% hombres), mientras que en roles directivos disminuye la presencia a 26% mujeres y 74% hombres. Para abordar esta brecha de género, las organizaciones pueden implementar medidas como programas de diversidad e inclusión, políticas y promoción de igualdad salarial y de género, además de fomentar una cultura que valore y promueva a la mujer en todos los niveles jerárquicos.

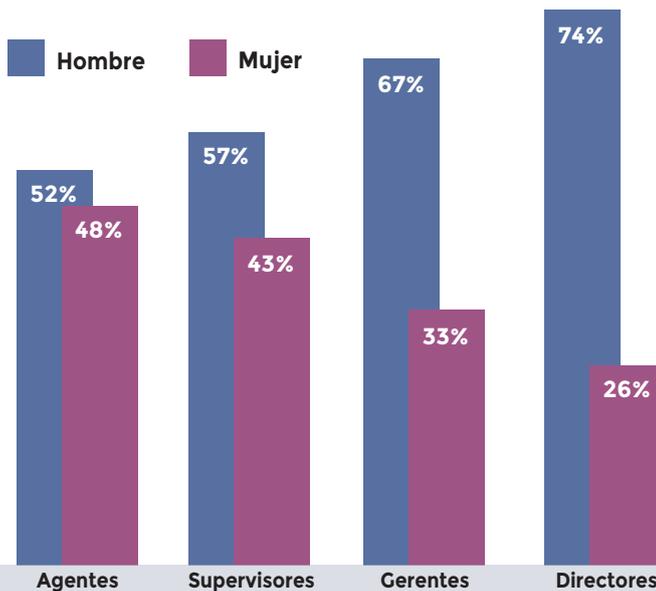


Gráfico 10: Género  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 61

### EDAD

#### Porcentaje en rangos de edad del personal operativo de la organización

Es común que los Centros de Contacto empleen a personas jóvenes, la edad predominante se encuentra en el rango de 18 a 29 años con un 62%.

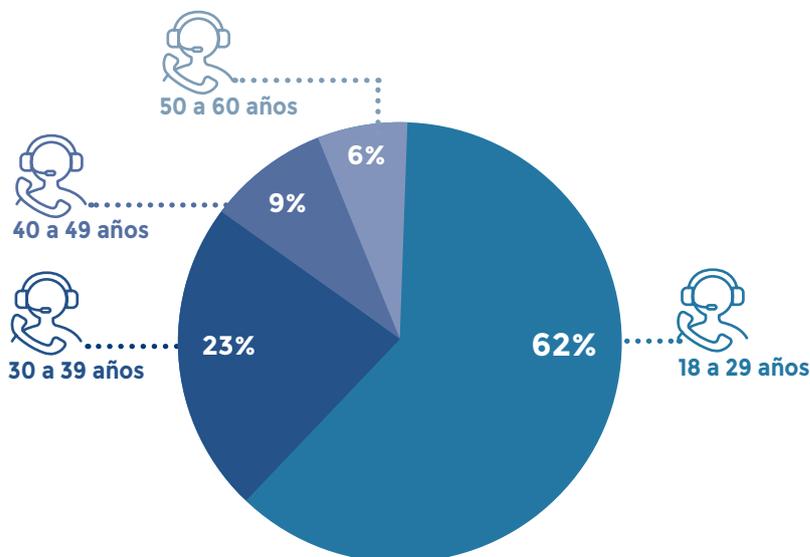


Gráfico 11: Edad  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 61

## ESCOLARIDAD



### Nivel de estudios que tienen los colaboradores de acuerdo con su rol

El nivel académico es un factor clave en los Centros de Contacto, impacta directamente en los indicadores clave de gestión, en la eficiencia operativa y el desarrollo profesional de los empleados.

### ESCOLARIDAD EJECUTIVOS DE CONTACTO

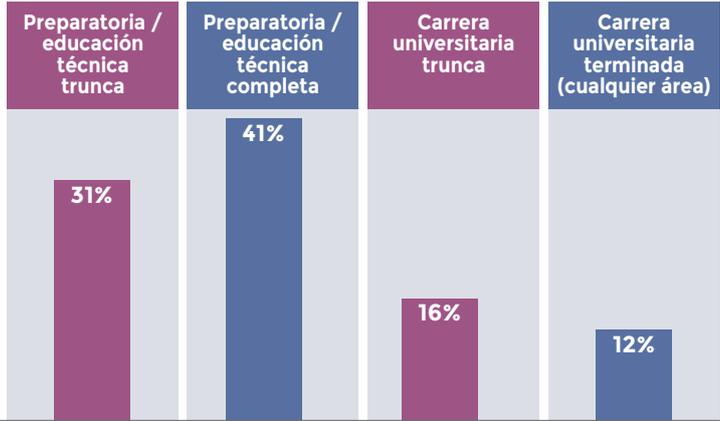


Gráfico 12: Nivel de escolaridad de los ejecutivos de contacto  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
Business Process Outsourcing  
N= 61

### ESCOLARIDAD SUPERVISORES

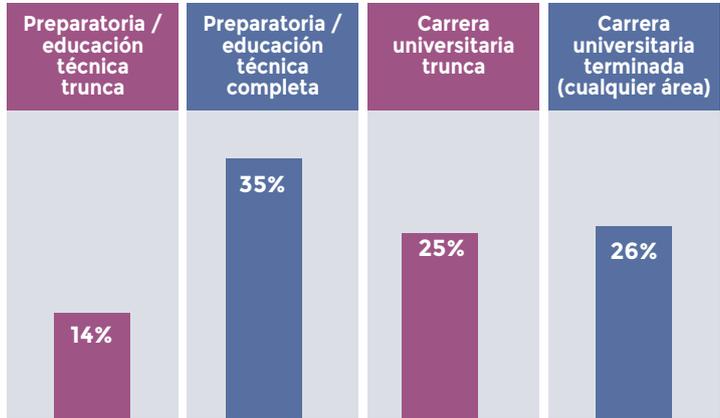


Gráfico 13: Nivel de escolaridad de los supervisores  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
Business Process Outsourcing  
N= 61

### ESCOLARIDAD GERENTES

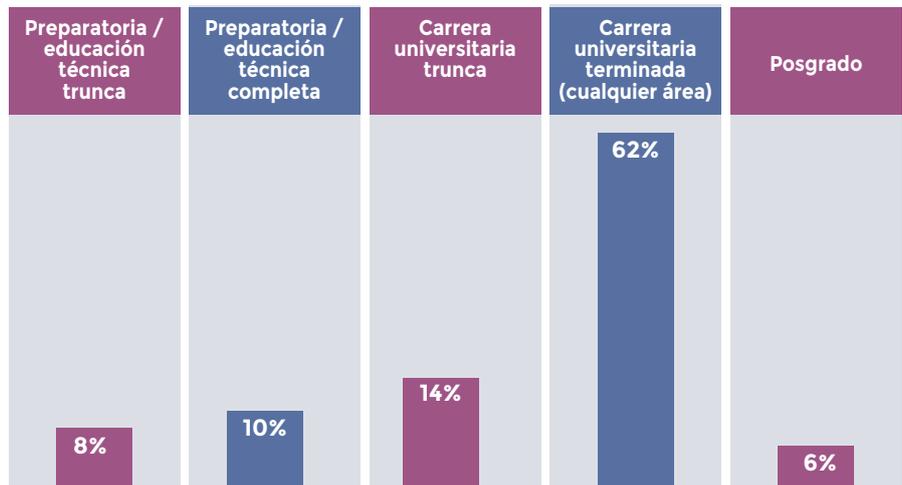


Gráfico 14: Nivel de escolaridad de los gerentes  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto  
BPO 2023  
Business Process Outsourcing  
N= 61



## GESTIÓN DE TALENTO



### MEDIOS DE RECLUTAMIENTO

El aumento del uso de referidos y promoción interna podría sugerir que las empresas encuentran estos métodos más efectivos, posiblemente debido a la confianza en las recomendaciones y a la calidad de los candidatos que pueden provenir de empleados actuales, por ello, es importante que cada organización considere la efectividad que cada uno de estos medios de reclutamiento le representa, así como la naturaleza del puesto; ya que hay roles altamente especializados que podrían requerir estrategias más específicas o bien tendencias de reclutamiento que pueden cambiar con el tiempo, adaptándose a nuevos enfoques a medida que evolucionan las tecnologías, como es el uso de Tiktok que hoy representa un 36%.

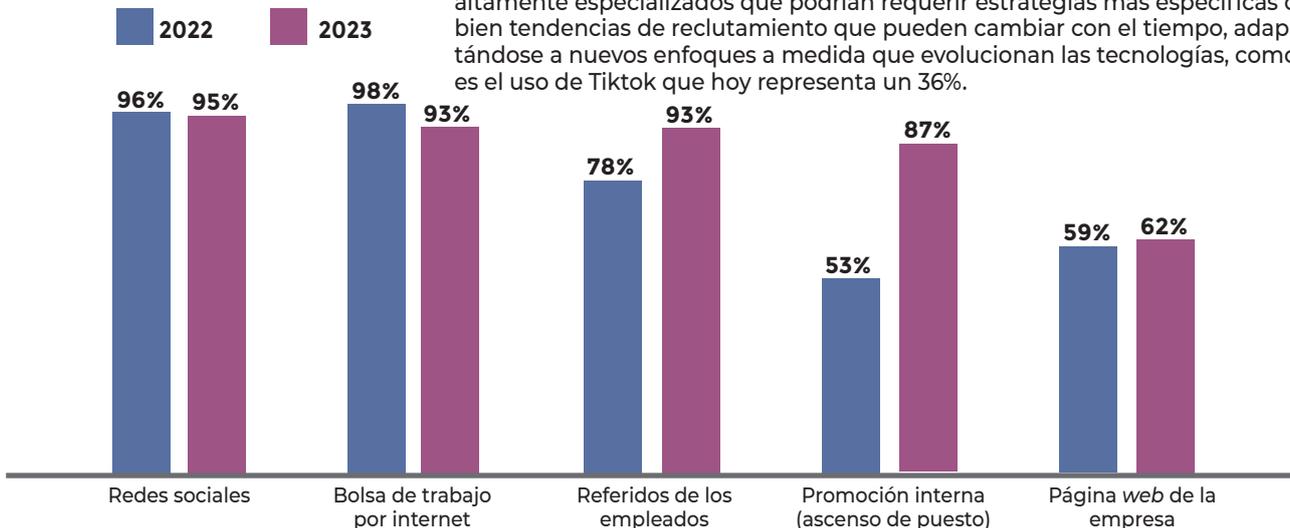


Gráfico 15: Medios de reclutamiento  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
Business Process Outsourcing  
2023 N= 61, Respuesta múltiple  
2022 N= 51, Respuesta múltiple

### REDES SOCIALES Y MENSAJERÍA PARA ATRACCIÓN DE TALENTO

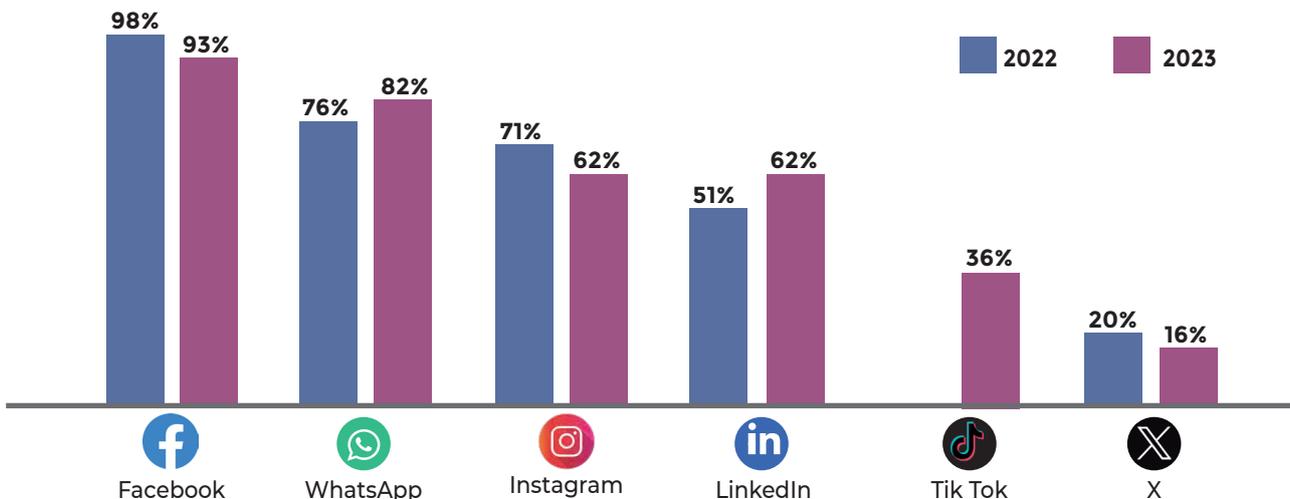


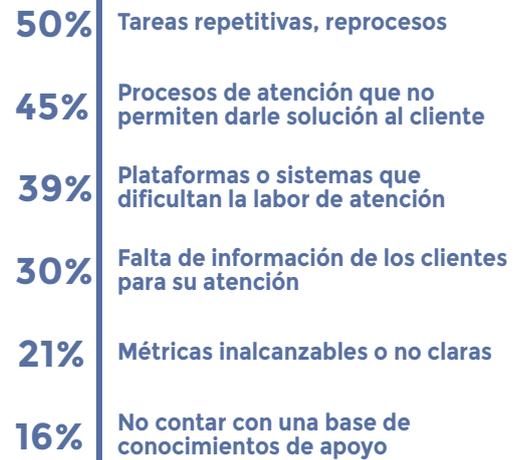
Gráfico 16: Redes sociales y mensajería para atracción de talento  
IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
Business Process Outsourcing  
2023 N= 61, Respuesta múltiple  
2022 N= 51, Respuesta múltiple

## DETONADORES DE FRUSTRACIÓN EN EJECUTIVOS DE CONTACTO

Desde la perspectiva de los líderes

Los Centros de Contacto a menudo enfrentan desafíos relacionados con la frustración de los empleados. Las más comunes son las tareas repetitivas que pueden resultar monótonas y los procesos de atención que no permiten dar solución efectiva a los clientes.

Para abordar estos detonadores de frustración las organizaciones consideran las siguientes estrategias de fidelización de personal.



**Gráfico 17: Detonadores de frustración**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 61, Respuesta múltiple

## ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL PERSONAL



Para contrarestrar los detonadores de frustración, desde la perspectiva operativa, estos son los elementos que aportan mayor competitividad laboral en la empresa. De manera particular, este año el factor más relevante es el ambiente de trabajo (48%), sin embargo, los planes de carrera cobraron mayor importancia pasando de 39% en 2022, a 46% en 2023.

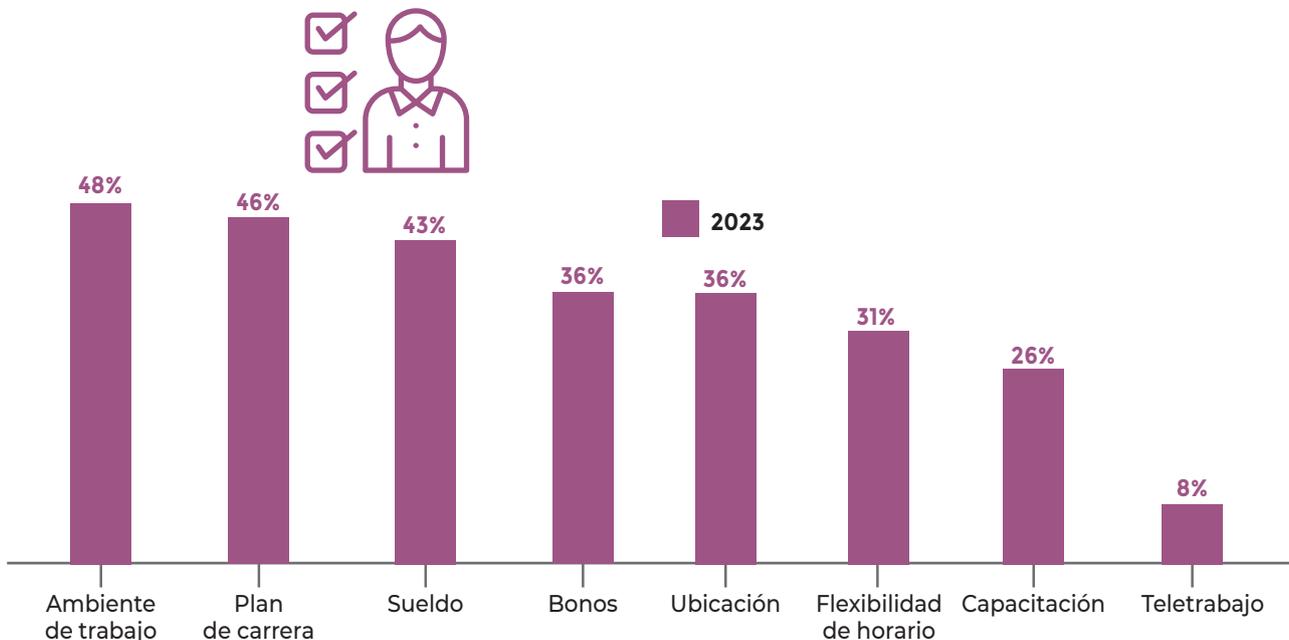
Algunas de las siguientes estrategias de contención para fomentar la fidelización del personal son:



**Gráfico 18: Estrategias de fidelización del personal**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 61, Respuesta múltiple



### ELEMENTOS QUE CONTRIBUYEN A LA RETENCIÓN DE TALENTO

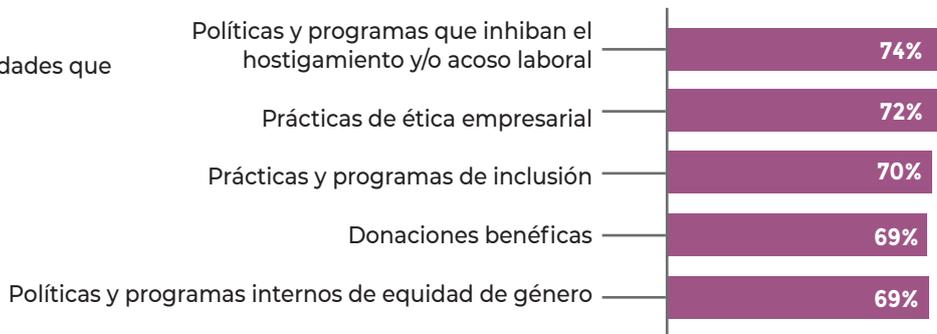


**Gráfico 19: Elementos que contribuyen retención de talento**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 61, Respuesta múltiple

### ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las acciones de responsabilidad social permiten a los Centros de Contacto contribuir de manera positiva a la comunidad en la que opera, así como ganar una mejor reputación y una imagen corporativa positiva en beneficio de la atracción de clientes y retención del talento.

Las principales acciones y actividades que los BPO llevan a cabo son:



**Gráfico 20: Acciones de responsabilidad social**  
 IMT | Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023  
 Business Process Outsourcing  
 N= 61, Respuesta múltiple

# RETOS 2024

## Retos operativos

Disminuir rotación y eficientar KPI.  
Especialización del personal.  
CX, satisfacción y lealtad de clientes.

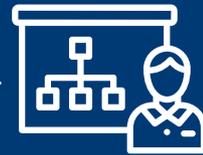
1



## Retos de talento

Atracción y retención del talento.  
Capacitación y desarrollo de competencias laborales.  
*Employee Experience (engagement, salario emocional).*

2



## Retos de tecnología

Aplicación y desarrollo de inteligencia artificial.  
Implementación de nuevas plataformas.  
Mantenimiento y renovación de infraestructura tecnológica.

3



## Retos estratégicos y comerciales

Generación de nuevos clientes.  
Expansión.  
Competencia de precios.

4



## Retos económicos y financieros

Panorama económico, político y social del país.  
Incrementar rentabilidad.  
Tipo de cambio.

5



## Retos regulatorios

Cumplimiento de nuevas regulaciones laborales.  
Certificaciones.

6





# Resumen Ejecutivo: Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023

**E**l Estudio Nacional de Centros de Contacto BPO 2023 presenta un panorama amplio y detallado de la industria BPO en México, destacando su crecimiento, desafíos operativos y tendencias en gestión de talento.

Incluye datos de 61 empresas distribuidas en 18 estados de la República Mexicana, donde las ciudades más representativas son CDMX, Nuevo León y Estado de México, con un enfoque en la expansión de la base de clientes, retención y gestión de la diversidad de género.

## Crecimiento y Estabilidad del Sector

- **Adquisición de Clientes:** Un impresionante 79% de las empresas reportó un incremento en su cartera de clientes, reflejando una industria en crecimiento y adaptación exitosa a las demandas del mercado.
- **Estabilidad de Clientes:** Un 19% mantuvo su base de clientes, indicando una operación estable y servicios consistentes.
- **Reducción Mínima de Clientes:** Sólo un 2% experimentó una disminución en su número de clientes, probablemente debido a la alta competencia.

## Operaciones y Empleo

- **Modalidades de Trabajo:** Se observa una mezcla de modalidades de trabajo en sitio y teletrabajo, con 72,901 y 35,907 ejecutivos respectivamente.
- **Capacidad Lingüística:** La mayoría de los ejecutivos (83,290) operan en español, mientras que 25,518 lo hacen de manera bilingüe.
- **Generación de Empleo:** Las empresas participantes emplean a más de 123 mil personas, evidenciando su papel significativo en la economía mexicana.
- **Exportación de servicios:** 62% de las organizaciones participantes brindan servicios *Offshore/Nearshore*.
- **Profesionalización de las empresas:** 89% de las organizaciones cuenta con alguna certificación en su operación.

## Gestión de Talento y Desafíos de Género

- **Brecha de Género:** Existe una disparidad notable en la representación de género, especialmente en puestos de liderazgo, con un 74% de hombres en roles directivos frente a un 26% de mujeres.
- **Estrategias Sugeridas:** Para mitigar esta brecha, se recomiendan programas de diversidad e inclusión, políticas de igualdad salarial y promoción de las mujeres en todos los niveles jerárquicos.

- **Atracción de Talento:** Las redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram juegan un papel crucial en la atracción de talento, mostrando una adaptación a las nuevas formas de comunicación y reclutamiento.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La industria BPO en México muestra una tendencia positiva hacia el crecimiento y la estabilidad, con un fuerte enfoque en la expansión de la base de clientes y la retención. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos en la gestión de talento y la equidad de género, que requieren atención y estrategias específicas. La adaptación a las nuevas tecnologías y plataformas de comunicación indica una industria en evolución, preparada para enfrentar los desafíos futuros.

## DESARROLLO ESTRATÉGICO EN CXM

El ascenso de México en la gestión de la experiencia del cliente (CXM) es notable, impulsado por su rica cultura, ubicación estratégica y talento multilingüe. La participación en eventos como el "Global CX Forum" refleja su compromiso con la excelencia y la innovación en CXM, fortaleciendo su posición en el mercado global.

## Factores Clave del Éxito en CXM

- **Capacidades Mejoradas:** México ha avanzado significativamente en mejorar la experiencia del cliente a través de varios puntos de contacto.
- **Presencia de Empresas de TI:** Grandes empresas tecnológicas han reconocido el potencial de México, reforzando su infraestructura tecnológica y competitividad global.
- **Impacto Cultural y Geográfico:** La proximidad y afinidad cultural con Estados Unidos y Canadá posiciona a México favorablemente para atender un mercado diverso.

## Potencial y Estrategias Futuras

- **Desarrollo del Talento:** México posee una impresionante reserva de talento multilingüe, crucial en CXM.
- **Crecimiento del Mercado de CXM:** Se espera que el mercado global de CXM crezca significativamente, ofreciendo a México oportunidades para capitalizar este crecimiento.
- **Infraestructura Tecnológica:** La inversión en infraestructura tecnológica asegura que México se mantenga a la vanguardia de las tendencias globales.

## Sinergia con la Industria BPO

Este crecimiento en CXM complementa el desarrollo de la industria BPO en México, mostrando un panorama integral de crecimiento, innovación y adaptación tecnológica. La combinación de un sólido sector BPO con una creciente presencia en CXM coloca a México en una posición única para liderar en ambos campos a nivel global.



## Estudios Nacionales de Centros de Contacto **BPO** e **Inhouse** 2024

¡Impulsamos el éxito de tu empresa  
mediante información estratégica  
que marcará la diferencia!



Aportamos elementos de valor respecto a las  
características más relevantes de la industria en México,  
para la generación de estrategias innovadoras de negocios,  
sustentadas en cifras y tendencias del mercado.

Más información:  
+52 55 5340 2290 Ext. 5100  
[estudios@imt.com.mx](mailto:estudios@imt.com.mx)





# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
1	<b>Teleperformance</b>	 <a href="http://www.teleperformance.com/">www.teleperformance.com/</a>	15,016
2	<b>Atento</b>	 <a href="http://www.atento.com/es/">www.atento.com/es/</a>	11,812
3	<b>TKM Customer Solutions</b>	 <a href="http://www.tkm.com.mx/">www.tkm.com.mx/</a>	6,593
4	<b>Konecta</b>	 <a href="http://www.grupokonecta.com/mexico">www.grupokonecta.com/mexico</a>	6,129
5	<b>Corporativo Muñoz</b>	 <a href="http://www.mca.com.mx/">www.mca.com.mx/</a>	6,123
6	<b>Grupo Vanguardia</b>	 <a href="http://www.grupovanguardia.com/">www.grupovanguardia.com/</a>	5,950
7	<b>GTI Bufete Empresarial</b>	 <a href="http://bufetegt.com/">bufetegt.com/</a>	5,100

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★	★	★	★	★		★			★	★		★	★	★	★	★
★	★	★	★	★		★			★							
★	★	★	★	★		★							★			
★	★	★	★	★		★				★	★		★			
★		★			★											
★	★				★								★			★

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

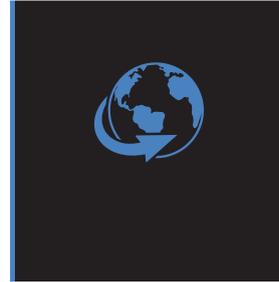
SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE / NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes	Cierre de ventas	Back office	Cobranza	Service desk/ help desk/ soporte técnico	Retención	Promoción	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de infraestructura
--------------------------------	------------------	-------------	----------	--	-----------	-----------	---------------------------	--	----------------------	--------------------------



Español	Inglés	Francés	Portugués
---------	--------	---------	-----------

CDMX, Chihuahua, Durango, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León, Puebla
CDMX, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León
CDMX, Jalisco
CDMX, Durango, Puebla
Estado de México, Guanajuato
CDMX, Guanajuato, Mérida, Nuevo León,
CDMX, Estado de México

★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★
★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★


Llamadas telefónicas	E-mail	Chat online (Activo)	Bot (chat pasivo datos)	Redes sociales y mensajería instantánea	IVR	Videollamadas
★ ★ ★ ★ ★ ★						
★ ★ ★ ★ ★ ★						
★ ★ ★ ★ ★ ★						
★ ★ ★ ★ ★ ★						
★ ★ ★ ★ ★ ★						
★ ★ ★ ★ ★ ★						
★ ★ ★ ★ ★ ★						



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
8	TYT	 tytcenter.com/	4,181
9	Telvista	 www.telvista.com/	4,146
10	Grupo Gabssa	 www.gabssa.com.mx/inicio	4,100
11	Anexa BPO	 www.anexabpo.com/es/	2,900
12	Eficasia	 www.eficasia.com/	2,715
13	Grupo Consorcio	 www.cjcweb.mx/	2,315
14	ECD Especialistas Contacto Directo	 www.ecd.mx/	1,600

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★	★	★	★												★	
★	★	★	★	★		★			★						★	
★	★	★	★	★	★	★					★					
	★				★		★				★		★	★		
★		★	★			★										
★																
★	★		★	★	★	★	★	★	★	★	★					

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE / NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes	Cierre de ventas	Back office	Cobranza	Service desk/ help desk/ soporte técnico	Retención	Promoción	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de infraestructura
--------------------------------	------------------	-------------	----------	--	-----------	-----------	---------------------------	--	----------------------	--------------------------



Español	Inglés	Francés	Portugués
---------	--------	---------	-----------

Llamadas telefónicas	E-mail	Chat online (Activo)	Bot (chat pasivo datos)	Redes sociales y mensajería instantánea	IVR	Videollamadas
----------------------	--------	----------------------	-------------------------	---	-----	---------------

Baja California, Jalisco, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Sonora, Yucatán

★	★	★	★	★				★		★
---	---	---	---	---	--	--	--	---	--	---

🇪🇸	🇬🇧		
----	----	--	--

★	★	★		★		★
---	---	---	--	---	--	---

Baja California, CDMX

★	★	★	★	★					★	
---	---	---	---	---	--	--	--	--	---	--

🇪🇸	🇬🇧	🇫🇷	
----	----	----	--

★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---

CDMX, Jalisco, Nuevo León

★	★	★	★		★				★	★
---	---	---	---	--	---	--	--	--	---	---

🇪🇸	🇬🇧		
----	----	--	--

★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---

Baja California, Baja California Sur, CDMX, Jalisco, Nuevo León, Sonora

★	★	★			★	★				★
---	---	---	--	--	---	---	--	--	--	---

🇪🇸	🇬🇧		
----	----	--	--

★	★	★		★		★
---	---	---	--	---	--	---

CDMX, Estado de México, Michoacán

★	★	★			★					★
---	---	---	--	--	---	--	--	--	--	---

🇪🇸	🇬🇧		
----	----	--	--

★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---

CDMX, Jalisco, Nuevo León

★	★	★	★							
---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--

★	★	★	★	★	★	
---	---	---	---	---	---	--

CDMX

★	★	★	★	★			★	★		★
---	---	---	---	---	--	--	---	---	--	---

🇪🇸	🇬🇧		
----	----	--	--

★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
15	TPS Contact Center	 <a href="http://www.tpscc.com.mx/">www.tpscc.com.mx/</a>	1,600
16	Konexo	 <a href="http://www.konexo.mx/">www.konexo.mx/</a>	1,547
17	Intugo	 <a href="http://www.intugo.co/">www.intugo.co/</a>	1,480
18	Pentafon	 <a href="http://www.pentafon.com/">www.pentafon.com/</a>	1,437
19	Impulse Telecom	 <a href="http://impulse-telecom.com/">impulse-telecom.com/</a>	1,400
20	Phonex	 <a href="http://www.phonex.com.mx/">www.phonex.com.mx/</a>	1,400
21	Concentra BPO	 <a href="http://concentrabpo.com.mx/">concentrabpo.com.mx/</a>	1,310

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★	★	★				★										
★	★	★					★		★							
★	★	★	★	★			★			★			★	★		
★	★	★	★				★						★			
★	★	★	★				★			★			★	★		★
★	★		★								★					

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

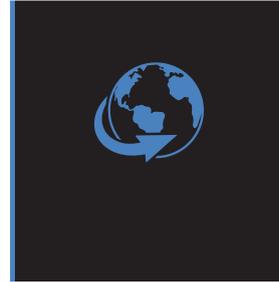
SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE / NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes	Cierre de ventas	Back office	Cobranza	Service desk/ help desk/ soporte técnico	Retención	Promoción	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de infraestructura
--------------------------------	------------------	-------------	----------	--	-----------	-----------	---------------------------	--	----------------------	--------------------------



Español	Inglés	Francés	Portugués
---------	--------	---------	-----------

CDMX
Michoacán
CDMX, Jalisco, Sonora,
CDMX, Michoacán, Nuevo León
CDMX, Querétaro
CDMX
CDMX

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★

🇪🇸			
🇪🇸	🇬🇧		
	🇬🇧		
	🇬🇧		
🇪🇸	🇬🇧		

Llamadas telefónicas	E-mail	Chat online (Activo)	Bot (chat pasivo datos)	Redes sociales y mensajería instantánea	IVR	Videollamadas
----------------------	--------	----------------------	-------------------------	---	-----	---------------

★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★ ★ ★ ★ ★ ★
★



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
22	E-contact Professional Services / Group Cos	 <a href="http://www.econtactprofessionalservices.com">www.econtactprofessionalservices.com</a>	1,307
23	Octopus Contact Center	 <a href="http://octopusmx.com/">octopusmx.com/</a>	1,220
24	STO	 <a href="http://sto.com.mx/">sto.com.mx/</a>	1,150
25	Webhelp	 <a href="http://webhelp.com/">webhelp.com/</a>	1,074
26	Legaxxi	 <a href="http://www.legaxxi.com/home.html">www.legaxxi.com/home.html</a>	1,006
27	2BGlobal	 <a href="http://www.2bglobal.com.mx/">www.2bglobal.com.mx/</a>	1,000
28	Contactus Contact Center	 <a href="https://contactus.com.mx">https://contactus.com.mx</a>	1,000

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★	★						★									
★	★															
★	★	★	★				★			★						
★		★													★	
★	★			★	★					★						
★				★							★		★			
★				★												

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

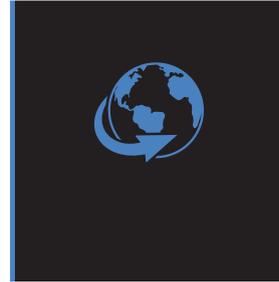
SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE / NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes
Cierre de ventas
Back office
Cobranza
Service desk/ help desk/ soporte técnico
Retención
Promoción
Investigación de mercados
Monitoreo de calidad y tercero verificador
Cabina de siniestros
Renta de infraestructura



Español
Inglés
Francés
Portugués

Llamadas telefónicas
E-mail
Chat online (Activo)
Bot (chat pasivo datos)
Redes sociales y mensajería instantánea
IVR
Videollamadas

Puebla
--------

★	★	★	★	★															
---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★		★																
---	---	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

CDMX, Michoacán
-----------------

★	★		★	★	★	★	★												
---	---	--	---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Jalisco
---------

★	★	★		★		★		★											
---	---	---	--	---	--	---	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★																		
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★			★															
---	---	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Querétaro, Sonora, Yucatán
----------------------------

★	★	★																	
---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★																		
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Aguascalientes, CDMX, Estado de México, Hidalgo, Nuevo León, Sonora, Tabasco, Veracruz
--

★			★					★											
---	--	--	---	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

CDMX, Estado de México
------------------------

★	★	★		★				★											
---	---	---	--	---	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★																		
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Puebla
--------

★	★																		
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

★	★																		
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
29	Call Center de México	 www.callcentermexico.com.mx/	990
30	Coperva	 www.coperva.com/	950
31	Concentrix	 www.concentrix.com/	930
32	Ideal Contact Center	 www.idealccs.com/	788
33	Callcom	 www.callcom.mx/	773
34	Telat	 telat-group.com/	744
35	Active World Working	 aww.com.mx/servicios	730

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
		★	★	★		★										
★	★	★		★		★	★									
		★		★									★			
		★	★	★						★						★
★	★	★									★					
		★														
				★	★											

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

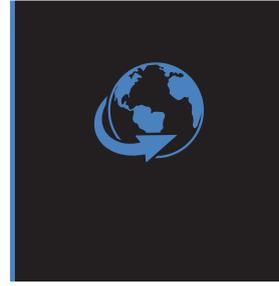
SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE / NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes
Cierre de ventas
Back office
Cobranza
Service desk/ help desk/ soporte técnico
Retención
Promoción
Investigación de mercados
Monitoreo de calidad y tercero verificador
Cabina de siniestros
Renta de infraestructura




Llamadas telefónicas
E-mail
Chat online (Activo)
Bot (chat pasivo datos)
Redes sociales y mensajería instantánea
IVR
Videollamadas

Estado de México

★	★	★			★			★
---	---	---	--	--	---	--	--	---

--	--	--	--

★	★	★		★	★
---	---	---	--	---	---

CDMX

★	★	★		★				
---	---	---	--	---	--	--	--	--

--	--	--	--

★	★	★	★	★	★
---	---	---	---	---	---

CDMX

★	★							
---	---	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--

★	★	★		★	★
---	---	---	--	---	---

Coahuila, Chihuahua

★	★							
---	---	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--

★	★				
---	---	--	--	--	--

Nuevo León

★	★	★	★					
---	---	---	---	--	--	--	--	--

--	--	--	--

★		★		★	★
---	--	---	--	---	---

CDMX, Chihuahua

★	★	★						
---	---	---	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--

★	★	★			
---	---	---	--	--	--

CDMX, Estado de México

★	★							
---	---	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--

★	★	★			★
---	---	---	--	--	---



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
36	<b>Delta Contact</b>	 <a href="http://www.delta-contact.com/">www.delta-contact.com/</a>	600
37	<b>Make Contact</b>	 <a href="http://www.makecontact.com.mx/">www.makecontact.com.mx/</a>	600
38	<b>Barrera Selec</b>	 <a href="http://www.barreraselec.com/">www.barreraselec.com/</a>	500
39	<b>Med Marketing</b>	 <a href="http://www.medc.com.mx/">www.medc.com.mx/</a>	500
40	<b>Mega Direct</b>	 <a href="http://www.megadirect.com.mx/">www.megadirect.com.mx/</a>	500
41	<b>Seguros Confie</b>	 <a href="http://www.confimx.com/">www.confimx.com/</a>	500
42	<b>ECI Contact Center</b>	 <a href="http://www.ecicontact.com">www.ecicontact.com</a>	460
43	<b>Data Voice</b>	 <a href="http://datavoice.com.mx/">datavoice.com.mx/</a>	450

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★		★														
★	★		★		★		★									
★	★	★			★	★										
★																
★							★									
★			★	★			★	★								
★	★															
★	★	★	★				★									

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

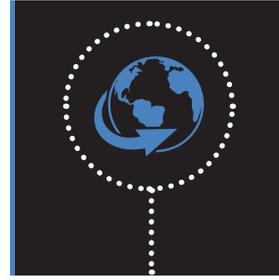
SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE/NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes	Cierre de ventas	Back office	Cobranza	Service desk/ help desk/ soporte técnico	Retención	Promoción	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de infraestructura
--------------------------------	------------------	-------------	----------	--	-----------	-----------	---------------------------	--	----------------------	--------------------------



Español	Inglés	Francés	Portugués
---------	--------	---------	-----------

CDMX	★	★	★	★		★				
CDMX	★		★	★	★	★				
CDMX, Hidalgo			★							
CDMX						★				
CDMX	★	★				★				
Baja California	★	★	★	★		★			★	
Puebla		★	★	★		★				
Estado de México	★	★		★						

Llamadas telefónicas	E-mail	Chat online (Activo)	Bot (chat pasivo datos)	Redes sociales y mensajería instantánea	IVR	Videollamadas
----------------------	--------	----------------------	-------------------------	---	-----	---------------

★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★	★	★	★
★			★			
★						★
★	★	★				★
★	★	★	★	★	★	★



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
44	Mac Agencia de Cobranza	 <a href="http://www.maccarteras.com/">www.maccarteras.com/</a>	430
45	Qualfon	 <a href="http://www.qualfon.com/contact-center/">www.qualfon.com/contact-center/</a>	425
46	BentoInt	 <a href="http://www.bentoint.com/">www.bentoint.com/</a>	400
47	Calls	 <a href="http://www.calls.com.mx/">www.calls.com.mx/</a>	400
48	WePartner	 <a href="http://www.wepartner.com.mx/">www.wepartner.com.mx/</a>	300
49	B12 Admark	 <a href="http://www.genciab12.mx">www.genciab12.mx</a>	244
50	Atmósfera Contact Center	 <a href="http://www.atmosferacc.com/">www.atmosferacc.com/</a>	230
51	CIA		220

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★	★	★														
			★	★	★											
	★			★												
		★					★	★			★					
										★					★	
	★	★		★							★					★
	★	★														
	★		★	★	★											

UBICACIÓN DE LOS CENTROS

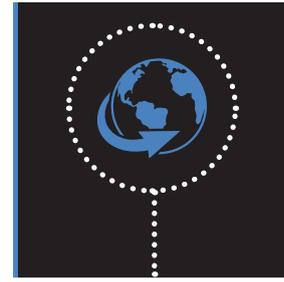
SERVICIOS

SERVICIOS OFFSHORE/NEARSHORE

CANALES DE CONTACTO



Atención y servicio a clientes	Cierre de ventas	Back office	Cobranza	Service desk/ help desk/ soporte técnico	Retención	Promoción	Investigación de mercados	Monitoreo de calidad y tercero verificador	Cabina de siniestros	Renta de infraestructura
--------------------------------	------------------	-------------	----------	--	-----------	-----------	---------------------------	--	----------------------	--------------------------



Español	Inglés	Francés	Portugués
---------	--------	---------	-----------

Llamadas telefónicas	E-mail	Chat online (Activo)	Bot (chat pasivo datos)	Redes sociales y mensajería instantánea	IVR	Videollamadas
----------------------	--------	----------------------	-------------------------	---	-----	---------------

Jalisco

CDMX

CDMX

Estado de México

Quintana Roo

CDMX

CDMX

CDMX, Estado de México

★			★							
★		★							★	
★	★		★	★	★					
★	★					★				
★	★	★								★
★	★	★	★	★		★				★
	★					★				
			★							

Spain						
Spain	UK	France	Portugal			
Spain	UK					
Spain	UK					
Spain						
Spain						

★	★	★	★		★	★
★	★	★				
★				★	★	
★	★	★	★	★	★	★
★	★	★	★	★	★	
★	★	★	★	★	★	
★	★			★		
★	★			★		



# Empresas de Centros de Contacto BPO 2023

## Business Process Outsourcing

	 Nombre Comercial	 Página Web	 Número de Estaciones
52	<b>Do It Righth</b>	 <a href="http://www.doitright.solutions.com/">www.doitright.solutions.com/</a>	220
53	<b>Altitude Contact Center &amp; BPO</b>	 <a href="http://www.altitudecc.com/">www.altitudecc.com/</a>	180
54	<b>Connect Center</b>	 <a href="http://www.connectcentermexico.com/">www.connectcentermexico.com/</a>	160
55	<b>Brainstore</b>	 <a href="http://www.brainstore.com.mx">www.brainstore.com.mx</a>	150
56	<b>Telegestión de México</b>	 <a href="http://www.telegestion.com.mx/">www.telegestion.com.mx/</a>	100
57	<b>Call Center Sales Pro /Medcall Plus</b>	 <a href="http://www.callcentersalespro.com/">www.callcentersalespro.com/</a>	85
58	<b>Ocean Estrategik</b>	 <a href="http://www.oek.com.mx/">www.oek.com.mx/</a>	57
59	<b>Estrategia</b>	 <a href="http://www.ccestrategia.com.mx/">www.ccestrategia.com.mx/</a>	30

Financiero	Telecomunicaciones	Retail	Seguros	Automotriz	Gobierno	Salud	Tecnologías de la Información	Servicio de alimentos	Hostelería	Artes, deportes, medios y entretenimiento	Servicios educativos	Servicios públicos	Transporte, logística, mensajería y peajes	Aerolíneas	Construcción y bienes raíces	Seguridad
★	★		★			★										
★	★															
★	★	★														
	★						★						★			
	★															
★	★															
★	★		★			★	★									



# 7° ENCUENTRO “MUJERES LÍDERES CX”: CONSTRUYENDO UN FUTURO INCLUSIVO

Patrocinado por:



A través de los años, la diversidad en el ámbito laboral se ha transformado de manera radical en prácticamente todo el mundo, de ser una simple aspiración y enfrentar una lucha constante por la igualdad, a convertirse en un pilar fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas, demostrando con determinación que, independientemente del género, se es capaz de liderar exitosamente grandes organizaciones y diversas industrias.

Bajo este contexto, el pasado 29 de noviembre de 2023, el Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT) llevó a cabo el 7° encuentro “Mujeres Líderes CX” en el hotel Camino Real de Polanco, ubicado en la CDMX; un evento que no solo celebra los logros de las mujeres en el ámbito profesional, sino que también destaca su papel en la industria del *Customer Experience*. Este encuentro, se ha convertido en un espacio clave para compartir experiencias y casos de éxito, fomentar la colaboración y brindar inspiración a las mujeres que buscan avanzar en su vida personal y laboral.

En esta nueva edición, se trataron diversos temas enfocados no solo en la participación de la mujer en la industria del *Customer Experience*, sino también en su impacto en tópicos como: liderazgo, transformación digital, innovación y gestión de talento. Asimismo, se presentaron varios puntos de debate centrados en salud y bienestar familiar y laboral.

Al finalizar el evento, el IMT realizó, en agradecimiento, un coctel exclusivo para todos los asistentes, patrocinadores y socios comerciales que hicieron posible los éxitos alcanzados en favor a la industria del CX, Contact Centers y Áreas de Interacción con Clientes en 2023. Además, se presentó la agenda de los eventos que realizará el IMT este año, resaltando su compromiso continuo con el desarrollo y fortalecimiento de la comunidad empresarial en este sector. Este momento de diálogo y *networking* brindó la oportunidad para que los asistentes compartieran experiencias y reforzaran sus relaciones profesionales.



Marisol Rumayor, Disruptive Labs; Citlalli Becerril, Grupo Posadas; Isabel Fera, Michael Page; Lorena Farias, DHL y Jorge Poblete, IMT.



Norma Pineda, Five9 y  
Ma. Eugenia García, IMT.

## COCTAIL DE FIN DE AÑO



Liz Zavaleta, Gupshup; Luis Eduardo Rodríguez, Muñoz y Asociados; Eugenio Fonseca, Konfío; Adrián González, Concentrix; César Muñoz, Muñoz y Asociados e Hilario Mendoza, Data Voice.



**Miguel García, Collab; Ivonne Ceja, Seguros Monterrey New York Life; Andrea Martínez, MegaDirect e Israel Pérez, Sixbell.**



**Ariel Arriaga, Leslie Tenorio, Urisol Cortés de Skyangel junto a Pamela Carreño, IMT.**



**Rosario Ortiz, Scotiabank; Francisco Jovel, Sixbell y Norma Pineda, Five9.**





El arte tiene la capacidad de lograr en el individuo lo que ninguna otra disciplina.

Te invitamos a formar un ensamble, una orquesta o grupo musical dentro de tu empresa, para fomentar el trabajo en equipo, lograr una mayor integración de nuestros colaboradores, bajar los niveles de estrés, generar pertenencia e incluso cumplir esos sueños en los que todos deseábamos tocar un instrumento musical.



## Beneficios:

- Difusión y Posicionamiento de Marca
- Distintivo Cultural Corporativo
- Formación musical en las instalaciones de la empresa
- Cumplimiento de la NOM35
- Deducción Fiscal
- Conciertos Corporativos y Filantrópicos



Tele  
perfor  
mance

each interaction matters

Más que un ~~Call Center~~, somos un

# People center



Porque sabemos  
que cada interacción  
hace la diferencia.



*¡Conoce más!*

